

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA TOKO RITEL MAMI KEPOO BUMDES NGABEI SEJAHTERA)

Wawan Nurdiansyah¹ Mardiana Nisa B² Iis Ismiati³

Politeknik Stibisnis, Indonesia^{1,2,3}

wawan.nd@gmail.com¹ mardiananisa94@gmail.com² iisismiati815@gmail.com³

Abstract

This study aims to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions at Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera Retail stores. The method used in this study is using quantitative methods. Determination of the sample using the Lemeshow Technique and the sample number of 100 respondents. Data collection techniques use observation, interviews, literature studies and questionnaires. While the data analysis techniques used are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, and hypothesis tests. Based on the results of the study, it shows that the price partially has no significant effect on the purchase decision as evidenced by the calculated t value of the price of $-1.313 < t \text{ table } 1.984$ with a significant value of $0.192 > 0.05$. While product quality partially has a significant effect on purchasing decisions as evidenced by a calculated t value of $5.900 > t \text{ table } 1.984$ with a significance value of $0.000 < 0.05$. Meanwhile, simultaneously price and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated f value of $17.414 < f \text{ table } 3.090$ significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Price, Product Quality, and Purchasing Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan Teknik Lemeshow dan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, studi kepustakaan dan kuesioner. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan berdasarkan nilai t hitung dari harga sebesar $-1,313 < t \text{ tabel } 1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,192 > 0,05$. Sedangkan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan berdasarkan nilai t hitung sebesar $5,900 > t \text{ tabel } 1,984$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sementara itu secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai f hitung sebesar $17,414 < f \text{ tabel } 3,090$ nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin modern dan berjalan pesat, hal ini menyebabkan banyaknya persaingan di dunia bisnis terutama bisnis ritel. Dengan adanya bisnis ritel yang berdiri di Indonesia tentu saja akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Bisnis ritel merupakan bisnis yang melibatkan penjualan barang atau jasa kepada

konsumen dalam jumlah satuan atau eceran untuk keperluan konsumsi pribadi maupun bersama. Pada dasarnya, tujuan bisnis ritel yaitu agar memenuhi kebutuhan konsumen dan untuk memenangkan persaingan bisnis dengan menggunakan strategi yang tepat agar produk yang ditawarkan dibeli oleh konsumen baik digunakan atau dikonsumsi.

Bisnis ritel di Indonesia terus bertumbuh dan berkembang, bisnis ritel sendiri memiliki berbagai jenis, dari banyaknya jenis tentu saja saling bersaing. Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 (dua) kelompok besar, yakni ritel tradisional dan ritel modern. Bisnis ritel tradisional berupa toko – toko yang menyediakan kebutuhan pokok harian masyarakat sekitar, dijalankan oleh perorangan sesuai keinginan dan pengetahuan dari pemilik, berbeda dengan bisnis ritel modern dijalankan oleh perorangan atau kelompok pengusaha dan memiliki standar tertentu (Chaniago dan mulyawan, 2019). Bentuk ritel tradisional biasanya berupa toko – toko, warung, outlet yang menjualkan kebutuhan konsumen. Sebaliknya dengan bisnis ritel modern yaitu berupa supermarket, minimarket, hypermart, dan lain – lain.

Pertumbuhan toko ritel kian hari makin pesat khususnya Kabupaten Tegal yang kini menjadi sasaran empuk bagi para pebisnis lokal. Toko ritel modern yaitu sebuah pengembangan dari ritel tradisional yang pada praktiknya mengaplikasikan konsep yang modern dengan memanfaatkan teknologi serta mengakomodasikan perkembangan gaya hidup atau konsumen. Perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen pada pasar dan sasaran berbentuk menawarkan atau menjualkan produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada konsumen dengan memahami perilaku konsumen.

Perilaku konsumen merupakan tingkah laku tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan (Harman, 2017:217). Dengan adanya perilaku konsumen dapat membuat gambaran untuk melakukan sebuah keputusan pembelian.

Setiap konsumen memiliki metode pengambilan keputusan yang nyaris serupa. Keputusan membeli yaitu salah satu komponen utama dari perilaku konsumen, serta melakukan inovasi untuk varian (jenis) baru pada suatu produk. Keputusan Pembelian konsumen yaitu tahap yang digunakan konsumen Ketika membeli barang atau jasa (lamb,

2008:23).

Keputusan pembelian yaitu sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian (Swastha, 2007:68).

Toko ritel MAMI KEPOO atau kepanjangan dari (Market Mini Ketahanan Pangan Online Offline) merupakan program kemitraan dari PT Merdeka Peken Raya di bawah naungan anak perusahaan Merdeka Group Indonesia sebagai pihak penyediaan produk sembako kepada masyarakat dalam bidang ketahanan pangan dengan membuka toko sembako modern yang memanfaatkan teknologi online dan offline dalam melakukan transaksi. Produk yang dijual oleh toko ritel mami kepoo yaitu produk sembako, seperti: Beras, ayam, daging sapi, ikan, gula, minyak, telur, dan Gas 5,5 Kg dan sembako lainnya.

Toko ritel mami kepoo bukan hanya dijalankan oleh perseorangan saja, namun toko ritel mami kepoo juga bisa dijalankan oleh kelompok usaha salah satunya yaitu BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) dan E – WARONG (Elektronik Warung Gotong Royong). Toko ritel mami kepoo sudah tersebar luas di Kota Tegal dan Kabupaten Tegal. Salah satu toko ritel mami kepoo yang sudah bergabung kemitraan ada di Desa Pengabean, Kecamatan Dukuhturi, Kabupaten Tegal.

Beberapa masyarakat mulai mengenal tentang kemitraan mami kepoo yang menjual berbagai kebutuhan pokok yang di hasilkan Merdeka Group Indonesia memiliki ciri khusus dengan perbedaan kualitas yang jauh lebih bagus dengan harga yang jauh lebih murah. Program kemitraan mami kepoo juga sering mengadakan program belanja berhadiah dan tebus murah, hal tersebut menjadikan produk mami kepoo banyak diminati oleh konsumen dan memiliki daya saing cukup tinggi untuk meraih keputusan pembelian dari konsumen.

Tabel.1 Data Penjualan Toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera

Bulan	Jumlah Penjualan
Oktober	Rp 20.000.000
November	Rp 23.000.000
Desember	Rp 22.000.000
Januari	Rp 18.000.000
Februari	Rp 30.000.000

Sumber : Dari Toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera

Dari tabel.1 dapat dilihat bahwa setiap bulan jumlah penjualan dari toko ritel mami kepool bumdes ngabei sejahtera fluktuatif. Pada bulan Januari jumlah penjualan menurun sebesar Rp. 18.000.000. Diketahui jumlah penjualan yang menurun diakibatkan karena adanya beberapa produk sembako dari toko ritel mami kepool bumdes ngabei sejahtera yang harganya jauh lebih mahal dari toko sekitar. Berikut data perbandingan harga di toko ritel mami kepool bumdes ngabei sejahtera dan toko sekitar :

Tabel. 2 Data Perbandingan Harga Produk

No.	Nama Produk	Toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera	Toko Sekitar
1	Beras 25kg	Rp. 280.000	Rp. 275.000
2	Kapal Api Mix 1 renceng	Rp. 15.000	Rp. 14.000
3	Minyak 1kg Pouch	Rp. 15.500	Rp. 14.500
4	Mie Sedap Soto 1 dus	Rp. 120.000	Rp. 113.000
5	Indomie Goreng 1 dus	Rp. 120.000	Rp. 115.000
6	Shampoo Clear 1 renceng	Rp. 10.000	Rp. 9.500
7	The 2 Tang Premium 1 Pack	Rp. 8.000	Rp. 7.000

Sumber : Observasi Penelitian

Dari tabel.2 hasil observasi penelitian dilakukan pada bulan Januari, terdapat perbedaan harga produk yang ditawarkan oleh toko ritel mami kepool bumdes ngabei sejahtera, yaitu memiliki harga lebih mahal dibandingkan dengan harga toko sekitar. sehingga konsumen lebih memilih membeli produk di toko sekitar. Hal yang menjadi pertimbangan paling mendasar oleh konsumen dalam berbelanja adalah tingkat harganya. Meskipun harga di toko ritel mami kepool bumdes ngabei sejahtera selisih lebih mahal.

Namun toko ritel mami kepoo bumdes ngabei sejahtera selalu berusaha memberikan harga yang jauh lebih murah dari toko lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera.

KAJIAN PUSTAKA

Pada dasarnya konsumen menyamakan harga barang mahal dengan kualitas produk yang bagus dan jika harga barang terlalu murah, konsumen akan menanyakan mutu dari produk itu sendiri. Hal pertama yang dilihat konsumen saat berbelanja yaitu harga terlebih dahulu, kemudian diikuti oleh beberapa pertimbangan lainnya. Dikutip dari Brown dalam (Hasan, 2016) pemilihan karakter pada sebuah toko dikarenakan kesan pembeli pada harga daripada harga asli sebuah toko. Suatu perusahaan hendaknya menetapkan harga yang sebanding dengan mutu dan nilai produk. Harga yang teramat tinggi atau sebaliknya dapat menjadi faktor penentu bagi pembeli. Tingginya harga dapat membuat konsumen berpindah pada produk lain pada produk lain yang sejenis begitu sebaliknya dengan kualitas produk.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) Kualitas produk (product quality) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk didalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk juga penting agar proses bisnis dapat meningkat. Perusahaan atau organisasi yang menjadikan kualitas produk sebagai instrument penting akan menikmati keunggulan atas persaingan mereka dalam mengendalikan pasar karena tidak semua perusahaan mampu mencapai popularitas. Jika suatu kualitas produk itu baik dan memenuhi kebutuhan atau harapan yang diinginkan oleh konsumen, maka konsumen tidak akan menyesal dengan pengorbanan yang sudah diberikan untuk membeli produk tersebut.

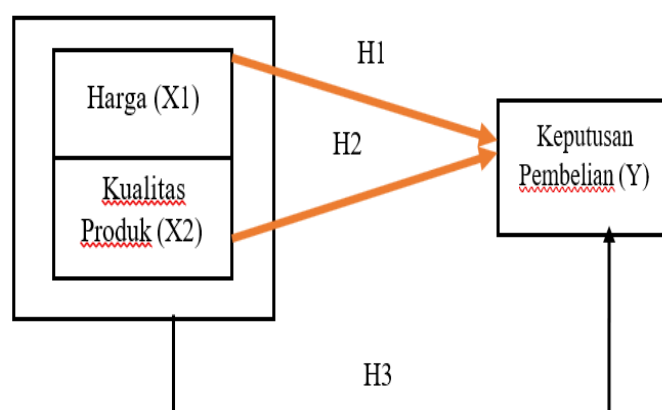
Beberapa peneliti terkait pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh Devy Mawarnie dan Dinda Marsya Fahira (2022), Rissa Mustika Sari dan Prihartono (2021), Nabila Karunianing Putri dan Sulistyo Budi Utamo (2022) mengatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Iful Anwar dan Budhi Satrio (2015), Fahra Destarini & Bono Prambudi (2020), Reni Yesi S (2020), mengatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Eky Jumrotul Laila dan Tri Sudarwanto (2018), Farisa Hasna N dan Susanti Wahyuningsi (2020), Lisa Amelisa,dkk (2016) mengatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu dengan memakai pendekatan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera.

Menurut Uma Sekaran (1992), Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir akan menghubungkan secara teoritis antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel yaitu variabel independen meliputi Harga (X1), Kualitas produk (X2) dan variabel dependen yaitu Keputusan pembelian. Kerangka berpikir yang dibuat berdasarkan variabel yang diamati yaitu sebagai berikut :



Gambar.1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

-  = Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial.
 = Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Berdasarkan rumusan masalah, landasan teori dan penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan diatas. maka dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut :

a. Hipotesis 1

Kotler dan Armstrong (2001), menyatakan bahwa hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

H₀ : Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera.

H_a : Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera.

b. Hipotesis 2

Tjiptono (2009:103), menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan sebuah unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar atas pengambilan keputusan pembelian.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan hipotesis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

H₀ : Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera.

H_a : Kualitas produk secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera.

c. Hipotesis 3

Riau Rahmat Hidayat (2018), dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian”, menjelaskan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh simultan (bersama – sama) terhadap keputusan pembelian pada pembeli gula aren sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupatren Sergai Provinsi Sumut.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan hipotesis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

H₀ : Secara simultan harga dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera.

H_a : Secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera.

METODE

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dimana metode ini peneliti mengumpulkan data menggunakan kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen yang pernah berbelanja pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera sebanyak 100 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala penyusunan alat ukur dari masing – masing variabel. Penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu variabel bebas (harga dan kualitas produk) dan variabel terikat (Keputusan pembelian). Kemudian hasilnya diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier sederhana dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS version 25.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji analisis regresi berganda pada penelitian ini akan disajikan sebagai berikut :

**Tabel. 1 Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,710	4,208		3,496	0,001
	Harga	-0,278	0,212	-0,117	-1,313	0,192
	Kualitas Produk	0,465	0,079	0,524	5,900	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber : Pengelolaan Data SPSS

Versi 25

Berdasarkan table. 1 diperoleh persamaan regresi linier berganda dari variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 14,710 + (-0,278) + 0,465 + 4,208$$

Pada persamaan regresi diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Nilai konstantan (*a*) sebesar 14,710 artinya jika variabel harga (X1) dan variabel kualitas produk (X2) nilainya adalah nol (0), maka nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 14,710 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel harga (X1) sebesar -0,278. Artinya jika variabel harga (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,278 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien variabel harga (X1) bernilai negatif, artinya tidak terdapat hubungan searah antara variabel harga (X1) dengan variabel keputusan pembelian (Y).
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,465.

Artinya jika variabel kualitas produk (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,465 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien variabel kualitas produk (X2) bernilai positif, artinya terdapat hubungan searah antara variabel kualitas produk (X2) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen dan variabel dependen apakah berpengaruh secara signifikan atau tidak. Uji t dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan 5% atau ($\alpha = 0,05$) dengan nilai t hitung > t tabel dan nilai signifikansi $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti suatu variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai t hitung < t tabel dan nilai signifikansi $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti suatu variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel. 2 Uji T (Parsial)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,710	4,208		3,496	0,001
	Harga	-0,278	0,212	-0,117	1,313	0,192
	Kualitas Produk	0,465	0,079	0,524	5,900	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber : Pengelolaan Data SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji t pada table. 2 terdapat pengaruh setiap variabel dimana nilai t tabel yang diperoleh dari rumus $t (\alpha/2; n-k-1) = t (0,05/2 : 100-2-1) = t (0,025 : 97) = 1,984$. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Dari tabel 5.14 pada variabel harga menunjukkan nilai t hitung sebesar -1,313 < t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar 0,192 > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Ritel Mami Kepoo Ngabei Sejahtera.
- Dari tabel 5.14 pada variabel kualitas produk menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,900

$> t$ tabel 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Ritel Mmai Kepoo Ngabei Sejahtera.

Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah ada pengaruh secara simultan atau bersama – sama antara semua variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $f < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, masing – masing variabel bebas secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $f > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, masing – masing variabel bebas secara bersama – sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Hasil uji f pada penelitian dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel. 3 Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	399,834	2	199,917	17,414	.000 ^b
	Residual	1113,556	97	11,480		
	Total	1513,390	99			

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

c. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga
Sumber : Pengelolaan Data SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji f pada table. 3 menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 0,800 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai f tabel diperoleh dari rumus $df = k : n-k$, $df = 2 : 100-2 = 2 : 98 = 3,090$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai f hitung $17,414 < f$ tabel 3,090 dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel – variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terkait. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut :

Tabel. 4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 ^a	0,264	0,249	3,388

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

Sumber : Pengelolaan Data SPSS Versi 25

Berdasarkan table. 4 diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,264. Presentase antara variabel harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada toko Ritel Mami Kepoo Ngabei Sejahtera sebesar 26,4 % sedangkan sisanya sebesar $100\% - 26,4\% = 73,6\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, contohnya seperti variabel : promosi, citra merek, lokasi, distribusi, minat beli, dan lain – lain.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari uji t mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan hasil nilai t hitung sebesar $-1,313 < t \text{ tabel } 1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,192 > 0,05$ maka hipotesis H_01 diterima dan H_{a1} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Ritel Mami Kepoo Ngabei Sejahtera.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari uji t mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil nilai t hitung sebesar $5,900 > t \text{ tabel } 1,984$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Ritel Mami Kepoo Ngabei

Sejahtera.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori menurut anggraeni & Soliha (2020) bahwa kualitas produk merupakan suatu nilai penting yang berpacu kepada pelanggan. Jika suatu pelayanan atau produk penjual telah melebihi asumsi dari pelanggan, artinya penjual tersebut telah memberikan kualitas dari produknya. Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian seperti penelitian yang dilakukan oleh Mega Selvia, dkk (2022) yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis” dengan hasil penelitian nilai t hitung sebesar $10,777 > t$ tabel $1,986$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,50$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara signifikan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko Ritel Mami Kepoo Bumdes Ngabei Sejahtera maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko ritel mami kepoo bumdes ngabei sejahtera.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko ritel mami kepoo bumdes ngabei sejahtera.
3. Variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko ritel mami kepoo bumdes ngabei sejahtera. Sedangkan koefisien determinasi (R^2) memiliki nilai sebesar 26,4% sedangkan sisanya sebesar 73,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, contohnya seperti variabel : promosi, citra merek, lokasi, distribusi, minat beli, dan lain – lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief. S. Sadirman, dkk. 2012. *Media Pendidikan : Pengertian, Pengembangan dan Pemanfaatannya*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Anwar, I., dan Satrio, B. 2015. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. Vol. 4, No. 12, 2015 : *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Amelisa, L., Yonaldi, s., dan Mayasari, H. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu”. Vol. 7, No. 3. 2018 : *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Ali, H. 2019. *Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta*.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Chaniago, Harmon, Mulyawan, & Iwan dkk, 2019. “Faktor Kunci Keberhasilan Ritel di Indonesia”. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.7, No. 2 : 201 – 8.
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). “Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen 212 mart condet batu ampar”. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58-66.
- Dharmmestha, Basu Swasta (2004). *Manajemen Pemasaran Modern Yogyakarta* : Liberty.
- Fure, F., Lopian, J., dan Taroreh, R. “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.Co Manado”. Vol. 3, No.1, 2015 : *Jurnal Ekonomi, Manajemen Binis, dan Akuntansi*, hal358 – 473.
- Gabriella. E, Djurwati. S, & Raymod C.K., 2021. “Pengaruh Motif Perilaku Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada PT. Sinar Galesong Prima Cabang Boulevard Manado”. *Jurnal EMBA*, Vol. 9, No 3, Juli 2021. Hal : 32 – 40.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit University Diponegoro : Semarang.
- Hidayat, R.R. 2018. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut”. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Islam*.
- Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*, Yogyakarta : CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Iful, A., Budhi, S., 2015. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan kepuasan pelanggan : pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., Armstrong, G. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Jilid 7, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Ahli Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2016. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas.

- Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P ., dan Keller, K. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey ; Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lamb Charles, 2008. *Pemasaran*, Edisi Pertama, Salemba Keempat : Jakarta.
- Liansari, Denik Nureta.2022. “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Annur Desa Sidokare Nganjuk*”. Undergraduate thesis, Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Laila, E.J., dan Sudarwanto,. 2018. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Hrga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo*”. Vol. 6, No. 1, 2018 : *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Marissa Grace, H, 2020. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama di Jakarta*”. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol 21, No 1, April 2020, Hal. 31 – 38.
- Mawarnie, Devy dan Fahira, D.M. 2022. “*Pengaruh Kualitas Produk dan hargaterhadap keputusan pembelian di Toserba Borma Cikutra*”. Vol. 5 No. 4 (2022) : Fair Value : *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*.
- Muharam, Wifky. Dan Euis, Soliha. 2017. “*Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian Mobilio*”. *Ilmu dan Riset Manajemen* 7 (2014).
- Nurdin, Ismail, dan Hartati, S. 2014. *Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya, Media Sahabat Cendekia.
- Nadiya, F,H., dan Wahyuni, S. 2020. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3Second di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3Second di Kota Semarang)*”. Vol. 3, 2020, *Prosding Seminar Nasional Universitas Muhammadiyah Semarang*.
- Oentoro, D. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Laksbang PRESSINDO.
- Putri, N. K, dan Utomo, S. B., 2022. “*Pengaruh Harga dan KUalitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Ayysee Collection*”. Vol. 11, No. 12, 2022 : *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Pakpahan, M. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Medan : CV. Rural Revelopment Service.
- Petter, J.P. dan Olson, J.C. 2000. *Customer Behavior : Perilaku Konsumen danStrategi Pemasaran*. Terjemah : Damos Sihombing. Jakarta., Jilid 1 Edisi Keempat, Erlangga.
- Prawirosentono, S. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia : Kebijakan Kinerja Karyawan*. Edisi 1. Cetakan Kedelapan. BPFF. Yogyakarta.
- Rahman, A. 2020. “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Air Mineral Ainiqua di 212Mart (Studi Kasus Konsumen 212Mart Garuda)*”. *Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Rahman, F., Ainun, M. B., Liyanto, L., & Minullah, M. (2022). “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Market Place Di Shopee*”. *Jurnal Mnajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 160-170.
- Reni Y.S, 2020. “*Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Supermarket di Cikarang*”. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 2, No.4, Juli 2020.
- Saladin, Djaslim. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Lina Karya. Bandung.

- Sari, R., dan Prihartono, P. 2021. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi & Akuntansi*. Vol. 5, No. 3, 1171 – 1184.
- Schiffman dan Kanuk. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Indeks
- Sekaran, Uma. (1992). *Research Methods for business*. Third Edition. Southwestern University.
- Selvya, M. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 320-330.
- Sinulingga, S. 2016. *Metode Penelitian*, Medan : Usu Press.
- Sri Wahyu, J., Hartelina, Hawignyo, 2022. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Land Rimaadeeva”. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 5, No 2.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono & Agus, S. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS Lisrel CV*. Alfabeta : Bandung.
- Swastha Basu & T. Hadi Handoko, 2007, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. BPFF. Yogyakarta.
- Swastha, B., Dharmesta, dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. 2009. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi Keempat*, Andi Offset, Yogyakarta.