

## Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Di Desa Muara Meo

Fikri Afriansyah<sup>1</sup>, Mukran Roni<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Binadarma Palembang, [afrianfikri18@gmail.com](mailto:afrianfikri18@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Binadarma Palembang, [mukranroni@gmail.com](mailto:mukranroni@gmail.com)

### ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan di Rumah Makan Muara Meo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada rumah makan di desa muara meo. Variabel yang digunakan adalah kualitas produk dan harga. Sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden, dengan teknik pengambilan sampel *quota sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda yang didapat  $Y = 3,496 + 0,685 + 0,143$ . Secara parsial (uji t) kualitas produk yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak dapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan (uji f) terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : Kualitas produk, Harga, Keputusan Pembelian

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine how much influence product quality and price had on purchasing decisions for food products at the Muara Meo Restaurant. The type of research used in this study was associative research, namely to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions at restaurants in estuary meo village. The variables used are product quality and price. The sample in this study was 50 respondents, with quota sampling technique. The data used in this study is primary data, using the questionnaire method. The analysis technique used is multiple linear regression obtained  $Y = 3.496 + 0.685 + 0.143$ . Partially (t test) product quality has a significant effect on purchasing decisions, while price has no significant effect on purchasing decisions. Simultaneously (f test) there is an influence between product quality and price on purchasing decisions.*

**Keywords** : Product quality, Price, Purchase Decision

### A. PENDAHULUAN

Saat ini bisnis kuliner berkembang sangat pesat, cepat dan beragam seiring dengan semakin kompleksnya kekhawatiran konsumen sebab pergantian zaman milenial. Beragam rancangan, wujud dan rasa dipasarkan sebab beberapa penyelenggara usaha dengan tujuan untuk menarik konsumen terhadap produk seperti makanan dan minuman yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harga tertentu. Saat ini ada cara bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan produknya yaitu dengan memasarkan dan menjual produknya langsung secara online. Dengan kemajuan teknologi saat ini, para pebisnis ini juga perlu mengikuti perkembangan zaman seperti penjualan online agar tidak ketinggalan dengan kompetitor yang ada.

Berbagai macam program dapat untuk diterapkan sama beberapa pelaku usaha agar usahanya tetap berjalan dan berkembang seperti Meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas fasilitas, kesehatan, kebersihan, dan lainnya. Tapi pelaku ekonomi harus menjaga kualitas produk. Ini semua tentang membuat produk yang diinginkan konsumen. Pelaku ekonomi juga perlu memanfaatkan situasi yang ada



karena semakin banyak pesaing yang bermunculan. Pengusaha seharusnya tidak hanya fokus pada produk yang mereka tawarkan, tetapi juga mempertimbangkan kepentingan konsumen dan kebutuhan mereka sendiri.

Berdasarkan Wijaya (2018), mutu barang atau jasa adalah karakterisasi holistik jasa atau barang melalui *marketing*, penerapan, pembuatan, dan perawatan yang membentuk jasa atau produk untuk dipakai untuk melengkapi keinginan klien dan pembeli. Didefinisikan sebagai kombinasi. Berdasarkan (Anggraeni dan Soliha, 2020), mutu produk menyiratkan point yang digerakkan oleh klien, jadi jika layanan / barang produsen melengkapi dan melebihi harapan klien, berarti produsen sudah melakukannya. Hal ini untuk memastikan kualitas produknya.

Kecuali produk berkualitas, harga juga berdampak untuk klien ketika melakukan untuk pembelian suatu barang. Harga merupakan kriteria perlu buat klien ketika melakukan keputusan pembelian. Klien mempertimbangkan harga dengan produk yang dipilih and menilai bagaimana harga apakah sinkron sama kualitas produk yang diinginkan dan kuantitas yang digunakan.

Menurut Kotler & Armstrong (2018), harga merupakan nilai yang ditukarkan untuk suatu barang atau layanan. Selain itu, harga merupakan jumlah uang yang ditukar konsumen untuk berbagai manfaat ketika mempunyai dan memakai jasa atau barang. Oleh karena itu, bagi semua pengusaha, harga sangat penting untuk membagikan kebahagiaan pada klien dan pada hasilnya melakukan untuk mengambil barang tersebut. Penjualan yang turun, kehilangan pangsa pasar, dan juga sebaliknya jika menetapkan harga benar maka penjualan akan mengalami peningkatan dan pangsa pasar meningkat.

Berdasarkan Anggriawan dan Brahmayanti (2016) menemukan keputusan pembelian bahwa konsumen pada dasarnya adalah cara memecahkan *problem*. Sebagian besar klien, baik klien individu maupun klien institusi, mengalami cara batin yang rada-rada sama ketika melakukan barang atau merk mana yang hendak di beli. Dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti manfaat produk. Oleh karena itu, pelaku ekonomi perlu memiliki keunggulan tertentu dibandingkan pesaing mereka untuk membujuk konsumen untuk mencoba dan kemudian membuat keputusan pembelian (Susanto, 2017). Rumah makan yang diteliti oleh penulis terletak di desa Muara Meo dan ditulis sebagai berikut :

#### **DAFTAR RUMAH MAKAN DI DESA MUARA MEO**

<b>No.</b>	<b>NAMA RUMAH MAKAN</b>
1.	Rumah Makan Kenangan
2.	Rumah Makan Ershi
3.	Rumkah Makan Shela

**Sumber : Rumah Makan Yang Di Teliti Bulan April 2022**

Berdasarkan data di tabel bisa kita lihat bahwa di peroleh persaingan dalam bisnis restoran di Desa Muara Meo. Untuk lebih meningkatkan pangsa pasar restoran, pemilik restoran perlu mempergunakan skema yang pas ketika menerapkan usahanya. Pendiri restoran harus perlu berpikir sama seperti klien untuk memahami keperluan dan keinginan mereka agar mereka puas dengan produknya. Memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat meningkatkan keunggulan bersaing, dan konsumen yang puas dengan suatu produk lebih mungkin untuk membelinya.

## B. KAJIAN TEORI

Yamit (2020) mendefinisikan kualitas produk sebagai kesesuaian. Suatu produk di katakan berkualitas tinggi jika telah diproduksi, diproduksi, dibeli, digunakan atau di konsumsi sesuai dengan persyaratan. Kualitas produk mencakup manfaat yang di miliki suatu produk. Produk yang memenuhi harapan konsumen dengan kualitas terbaik menciptakan kepuasan dan kesan positif. Definisi kualitas produk ialah seperangkat atribut / katakter yang dijelaskan dalam suatu produk (barang atau jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan. Nasution (2011) mendefinisikan kualitas sebagai 'kesesuaian dengan persyaratan' Menurut persyaratan atau standar”.

Produk meliputi barang, jasa, manusia, lingkungan, institut, and ide. selaku konsep, pemikiran subjektif produsen atas apa yang bisa dipasarkan suatu produk agar bisa mencapai target konfigurasi untuk melengkapi keperluan & aktivitas klien, sinkron dengan kemampuan dan peluang institut serta upaya bayar pekan. Selain itu, sebuah produk pula bisa diartikan menjadi tanggapan klien yang telah diberitahu oleh pemilik usaha lewat manufaktur. Produk di akui vital bagi klien dan menjadi asas keputusan.

Dari deskripsi yang telah di tuliskan di atas bisa di katakan maka barang berupa barang / jasa untuk dipakai demi memenuhi keinginan atau kebutuhan pembeli, bagi produk / jasa mendapatkan kegunaan dan keunggulan yang berbeda-beda.

Wibowo dan Priansa (2017) adalah jumlah yang di tukarkan pelanggan untuk keuntungan mempunyai atau memakai suatu barang, yang anggarannya ditentukan oleh negosiasi antara pemesan dan produsen, dan pembeli menawarkan harga yang serupa kepada seluruh pemesan, memperbaiki Harga dan kompetisi harga dihitung menjadi *problem* nomor satu yang menghadap perusahaan.

Harga ialah faktor penjualan yang penting. Banyak perusahaan bangkrut karena tidak menetapkan harga pasar. Penetapan harga seharusnya mencerminkan kelayakan ekonomi konsumen untuk membeli suatu produk, namun harga suatu produk memerintahi pemahaman klien terhadap suatu produk, sehingga bagi klien mempunyai pertimbangan penting dalam keputusan pembelian. Tjiptono (2017) menyatakan bahwa penetapan harga ialah suatu unsur yang paduan marketing yang elastis dan bisa diganti dengan cepat.

Menurut Kotler & Armstrong (2015) menyatakan harga sebagai jumlah yang ditugaskan untuk sebuah barang dan jasa, semua jumlah yang ditukar untuk kepemilikan / penggunaan produk atau layanan. Tjiptono (2016) Sulasti (2016) menyatakan bahwa harga ialah salah satu variabel di dalam bauran marketing yang membuat pendapat atau penghasilan sebuah perusahaan.

Keputusan pembelian adalah salah satu dari tingkah klien, yaitu mencari tahu apa dan bagaimana pribadi, institusi, dan institusi memilih, membayar, menggunakan, dan memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka akan produk, pelayanan, akal, atau pengetahuan, Kotler & Armstrong (2017).

Bukhari Alma (2013) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai keputusan klien yang mempengaruhi finansial, teknologi, strategi, kebiasaan, barang, nominal, tempat, iklan, fakta, people, dan metode. Hal ini membuat perilaku pembeli untuk mengolah seluruh laporan dan mengambil simpulan berupa respon tentang produk mana yang akan dibeli.

## C. METODE PENELITIAN

Sistem deskripsi kuantitatif dipakai pada penelitian ini karena menjelaskan sesuatu tentang fenomena dengan menggunakan angka-angka yang



menggambarkan sifat-sifat objek yang diteliti. Setelah (Sugiono, 2016: 16) Metode deskriptif kuantitatif adalah studi yang dimaksudkan untuk menyajikan data secara numerik, dengan tujuan kemudian menganalisis data untuk memperjelas gambaran keseluruhan data. Metode penelitian deskriptif kuantitatif yang penulis lakukan adalah data mutu produk & harga dalam keputusan pembelian pada rumah makan di Desa Muara Meo.

Karena metode pengambilan data adalah tahap yang amat esensial pada penelitian, oleh sebab itu tujuan pertama penelitian ini ialah untuk memperoleh data yang akurat, maka peneliti yang tidak memiliki pengetahuan tentang teknik pengumpulan data harus mengikuti kriteria yang telah ditetapkan. Data tidak dapat diperoleh (Sugiyono, 2016). Metode pengambilan data yang dipakai pada skripsi ini ialah sebagai berikut :

1. Pemantauan

pemantauan adalah metode mempertimbangkan dengan cermat dan mengumpulkan data tangan pertama untuk memahami apa yang terjadi dalam setting skripsi atau untuk membuktikan kebenaran proyek penelitian yang sedang dilakukan.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah pertanyaan yang diajukan peneliti dengan cara langsung atau dengan cara tidak langsung kepada responden. angket merupakan bagian esensial dari penelitian dan berlaku dari ikatan pernyataan ketika data dan informasi dari responden terumpul.

3. Tinjauan

Literatur Penelitian adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan sumber dari informasi penelitian, karya ilmiah, artikel jurnal, dan situs terkait penelitian.

Populasi merupakan domain umum yang terjadi atas objek/subjek untuk menunjukkan sifat dan karakter spesifik bagi penulis dapat selidiki dan tarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Oleh karena itu, populasi bukan hanya terdiri dari orang-orang, tetapi juga benda dan benda-benda alam lainn. Populasi tidak hanya mencakup jumlah objek/subyek yang diperiksa, tetapi juga semua properti/karakteristik subjek atau objek. Populasi dalam penelitian ini ialah penduduk Desa Muara Meo.

Sampel adalah bagian kecil dari hasil dan karakter suatu populasi. Penelitian ini menggunakan *quota sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Pengambilan sampel kuota adalah teknik pengambilan sampel dari suatu populasi dengan karakteristik tertentu ke jumlah (kuota) yang diinginkan. Dalam penelitian ini, penulis merekrut 50 responden sebagai sampel survei.

Peneliti menggunakan beberapa metode ketika memprediksi bagaimana keadaan variabel dependen (referensi) meningkat atau menurun ketika dua nilai atau lebih variabel independen apabila prediktor meningkat atau menurun (manipulasi). meramalkan.

Analisis linier digunakan oleh penulis, Analisis linier berganda dilakukan bila jumlah variabel bebas adalah dua atau lebih. Ada beberapa persamaan linier digunakan oleh penulis dalam penelitian ini, karena terdapat beberapa variabel bebas dalam sebuah penelitian ini. Sugiyono (2017) dan seterusnya. Beberapa persamaan linier dapat dirumuskan sebagai :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

## Keterangan :

Y :Keputusan pembelian

a : Konstanta

b<sub>1</sub> – b<sub>2</sub>: Koefisiensi regresi, yang menunjukkan angkatan peningkatan (+) atau pun penurunan (-) variable YX<sub>1</sub> : Kualitas produkX<sub>2</sub> : Harga

e : error

Uji-t ini dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Jika  $t_{hitung} < t > t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima Uji koefisien determinasi (Uji R<sup>2</sup>) bertujuan untuk mengukur sejauh mana suatu variabel bebas dapat menjelaskan secara parsial atau bersama-sama variasi dalam variabel terikat. Menurut Ghazali (2018), koefisien determinasi dipakai untuk menguji goodness of fit model regresi. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Namun, ketika nilainya mendekati 1, variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Menurut Sugiyono (2016), validasi adalah tingkat keakuratan antara data yang benar-benar terjadi ada pada subjek penelitian dengan data yang dilaporkan atau diinformasikan oleh penulis. Alat penelitian ini atau uji validasi digunakan untuk memeriksa seberapa akurat suatu survei memenuhi fungsinya sebagai alat ukur. Alat penelitian ini bisa disebut valid jika dapat secara konsisten mengukur apa yang sedang dipelajari. Validitas adalah ukuran ketepatan yang dicapai oleh suatu metrik dalam mengukur apa yang diukurinya. Dengan kata lain, pastikan alat ukur yang digunakan (dalam hal ini pertanyaan survei) sesuai dengan yang Anda ukur.

Uji reliabilitas adalah konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui reliabilitas suatu sistem pengukur, atau bisa disebut konsistensi suatu alat pengukur ketika dipakai buat ukur objek yang sama beberapa kali pun. karena tutur beda atau lain, pengujian reliabilitas ini bisa dikatakan sebagai reliabilitas hasil dari pengukuran. Pengukur yang reliabel merupakan pengukuran yang membagikan hasil pengukuran yang reliabel (dapat diandalkan). Tes kepercayaan dilakukan pada posisi proposisional yang valid.

Menurut Sugiyono (2016), hipotesis merupakan jawaban utama dari rumusan masalah observasi, yang pembuatannya dalam hal pernyataan. Jawaban yang diberikan digunakan untuk sementara yang hanya berlandaskan filosofi. Hipotesis ini dirumuskan dengan rangka kerja yang mewakili jawabannya awal terhadap problem yang jabarkan.

Uji t-statistik menunjukkan kekuatan variabel penjelas independen kualitas produk dan harga dalam menjelaskan variable dependen keputusan pembelian.

- $H_0$  :  $b_1 = 0,05$  artinya variabel bebas kualitas produk dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variable terikat keputusan pembelian.
- $H_0$  :  $b_1 > 0,05$  artinya variabel bebas kualitas produk dan harga berpengaruh besar terhadap variabel terikat keputusan pembelian. dan  $H_a$  di Terima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas kualitas produk dan harga terhadap variabel terikat keputusan pembelian.



Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  jadi  $H_0$  diterima, dan  $H_a$  diterima ini berarti terdapat hubungan yang signifikan dari variable independen kualitas produk dan harga terhadap variable dependen keputusan pembelian

Uji f yang sederhana memperlihatkan semua variable bebas yang di curahkan ke dalam model kualitas produk dan harga dengan cara sama-sama mengetahui hubungan variabel terikat keputusan pembelian. Hipotesis 0 ( $H_0$ ) yang akan di uji ilah apakah seluruh tolok ukur dalam model sama seperti 0, atau

- $H_0 : b_1 = b_2 = 0,05$  yaitu semua variable independen kualitas produk dan harga dengan simultan tidak ada hubungan signifikansi pada variable terikat keputusan pembelian. Hipotesis alternatif nol ( $H_0$ ) tidak seluruh parameter secara simultan sama seperti nol, atau
- $H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0,05$  yaitu seluruh variable independen (kualitas produk dan harga) dengan simultan memiliki hubungan yang signifikansi terhadap variable dependen (keputusan pembelian).

Dengan uji f tersebut dapat dipastikan agar mengizinkan / tidak menerima hipotesis yang dianjurkan.

- a. apabila  $f_{hitung} < f_{tabel}$  jadi  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini artinya seluruh variable independen (kualitas produk dan harga) dengan sama-sama tidak punya pengaruh-pengaruh yang signifikansi pada variabel dependen (keputusan pembelian).
- b. apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$  jadi  $H_0$  diterima dan  $H_a$  di terima, semua ini artinya variable independen (kualitas produk dan harga) secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada variabel dependen (keputusan pembelian).

#### D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas digunakan untuk mendapati keefektifan kuesioner/survei dalam pengumpulan data. Uji kevalidan dikerjakan melalui menggunakan korelasi orang bivariat menggunakan cara bantu tata olah SPSS Versi 25. Sedangkan untuk harga dengan  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan nilai signifikan 5%. Ringkasan reaksi uji efikasi dilihat pada tabel di bawah ini :

#### HASIL UJI VALIDITAS KUESIONER/ANGKET KUALITAS PRODUK (X1)

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}^{5\%}$ (50)	Ket
1	0,875	0,279	Valid
2	0,882	0,279	Valid
3	0,859	0,279	Valid
4	0,897	0,279	Valid
5	0,882	0,279	Valid
6	0,611	0,279	Valid

**Sumber : Data Diolah Peneliti 2022**

Dari tabel kuesioner X1 menu maka semua data dan unit bagi variabel bebas (X1) akan diajukan ke responden ialah benar semua pernyataan tercatat bisa dipakai atau bisa diyakini, gara-gara besarnya (R) unit terdapat ke jumlah yang melengkapi kualifikasi ialah makin banyak atas 0.279 hal ini bisa diartikan maka unit data angket

variabel bebas (X1) sudah melengkapi kualifikasi benar atau akurat dipakai menjadi pengukur akumulasi data perihal variabel bebas (X1) di observasi ini :

### UJI VALIDITAS DATA KUESIONER/ANGKET HARGA (X2)

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel\ 5\%}$ (50)	Ket
1	0,749	0,279	Valid
2	0,913	0,279	Valid
3	0,856	0,279	valid
4	0,820	0,279	Valid
5	0,818	0,279	Valid
6	0,820	0,279	Valid

Sumber : Data Diolah Peneliti 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan maka bahwa semua data dan unit bagi variable bebas (X2) akan diajukan ke respondens ialah benar semua pernyataan tercatat bisa dipakai atau bisa diyakini, gara-gara besarnya (R) unit terdapat ke jumlah yang melengkapi kualifikasi ialah makin banyak atas 0.279 hal ini bisa diartikan maka unit data angket variabel bebas (X2) sudah melengkapi kualifikasi benar atau akurat dipakai menjadi pengukur akumulasi data perihal variabel bebas (X2) di observasi ini :

### UJI VALIDITAS KUESIONER/ANGKET KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel\ 5\%}$ (50)	Ket
1	0,752	0,279	valid
2	0,817	0,279	valid
3	0,809	0,279	valid
4	0,877	0,279	valid
5	0,903	0,279	valid
6	0,840	0,279	valid

Sumber : Data Diolah Peneliti 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa item angket variabel keputusan pembelian (Y) yang disajikan kepada responden semuanya memiliki nilai yang memenuhi koefisien korelasi item, sehingga kevalidan semua item yang dapat digunakan atau dipercaya, Jika persyaratan > dari 0,279 jadi bisa diartikan lalu variabel terikat (Y) item kuesioner melengkapi kualifikasi kevalidan atau merupakan pengukur untuk akumulasi data variabel terikat (Y) di observasi ini.

Peralatan yang andal menghasilkan data yang andal. Jika data benar-benar sesuai dengan realita, data akan tetap sama meskipun berapa kali Anda mendapatkannya. Selain keefektifannya, alat ukur juga harus menunjukkan kehandalannya. Pemeriksaan kepercayaan menggunakan metode *cronbach alpha* menentukan ke standar lalu nilai (R) di dapat mesti > 0,279.

Hasil analisis untuk uji realibilitas terhadap instrumen data kuesioner/angket dapat dilihat dibawah ini :



### HASIL UJI REALIBILITAS KUESIONER/ANGKET

Variabel	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Ket
Kualitas Produk (X1)	0,906	0,279	Reliabel
Harga (X2)	0,908	0,279	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,910	0,279	Reliabel

Sumber : Data Diolah Peneliti 2022

Dari hasil pengujian realibilitas didapat dari jumlah koefisien kuesioner/angket kualitas produk X1 sebesar 0,906, kuesioner/angket harga X2 sebesar 0,908 & Kuesioner/angket keputusan pembelian Y sebesar 0,910. Jumlah perhitungan pada tabel pengujian di atas menunjukkan *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,279, menunjukkan reliabilitasnya, sehingga ketiga variabel yang diuji memenuhi persyaratan untuk digunakan penelitian.

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Oleh karena itu, semua pernyataan berguna sebagai alat ukur ilmiah dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data untuk 50 responden.

Analisis linear berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (*independent*) yaitu kualitas (X1) produk dan harga (X2) terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu keputusan pembelian (Y). Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama dapat dihitung melalui persamaan regresi berganda.

Berdasarkan perhitungan dengan bantuan *program spss v25* diperoleh hasil regresi sebagai berikut :

### ANALISIS LINEAR BERGANDA

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficien		Standardiz Coefficien	T	Signifikan
		B	Std Eror	Beta		
	Constan	3.496	2.371		1.475	0.147
1	Kualitas Produk (X1)	0.685	0.161	0.629	4.251	0.000
	Harga (X2)	0.143	0.163	0.129	0.874	0.386

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber : Data Diolah Peneliti 2022

Dari tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

$$Y=3,496+0,685X_1+0,143X_2 + \epsilon$$

Model tersebut dapat di diinterpretasikan sebagai berikut : Konstanta (a) sebesar 3,496 memberi apabila variabel bebas kualitas produk (X1), harga (X2) yaitu berjumlah konstan, hingga banyaknya variabel keputusan pembelian (Y) yaitu berjumlah sebesar 3,496. (X1) memiliki koefisien berjumlah 0,685. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien variable kualitas produk (X1) mempunyai hubungan

searah (+) terhadap variabel terikat (Y). Jika kualitas produk meningkat satuan, lalu keputusan pembelian juga meningkat sebesar 0,685 satuan. Jika makin tinggi kualitas produk, lalu makin banyak yang melaksanakan keputusan pembelian.

Variabel (X2) mempunyai koefisien sebesar 0,143. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien variabel harga (X2) mempunyai hubungan searah (+) terhadap keputusan pembelian (Y). Apabila kualitas produk meningkat satuan, lalu keputusan pembelian juga meningkat sebesar 0,143 satuan. Maka makin tinggi kualitas produk, maka makin tinggi nilai keputusan pembelian.

Jadi variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X1) dan harga (X2) memiliki pengaruh positif atau searah terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan variabel bebas X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Harga) terhadap variabel terikat Y (Keputusan Pembelian) dan seberapa besar pengaruh variabel bebas X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Harga) terhadap variabel terikat Y (Keputusan Pembelian) dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi seperti pada tabel dibawah ini :

### UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjust R Squar	Std. Error of the Estimatt
1	.730 <sup>a</sup>	.534	.514	3.811

a. Predictor: Constan, TOTAL.X2, TOTAL.X1

Sumber : Data Diolah Peneliti 2022

Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapatkan sebesar 0,534 atau sebesar 53,4%. Artinya bahwa variabel bebas X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Harga) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat Y (Keputusan Pembelian) sebesar 53,4%, sedangkan sisanya sebesar 46,6% dipengaruhi faktor lain di luar variabel penelitian ini.

Adapun hasil uji t dengan bantuan program spss v25 di dapatkan hasil sebagai berikut :

### HASIL UJI T (PERSIAL)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardiz Coefficient		Standardiz Coefficient	T	Signifikan
		B	Std Error	Beta		
1	Constant	3.496	2.371		1.475	0.147
	Kualitas Produk	0.685	0.161	0.629	4.251	0.000
	Harga	0.143	0.163	0.129	0.874	0.386

a. Dependen Variabel: TOTAL

Sumber : Data Diolah Peneliti 2022

Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4,251 > 2,012$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh Harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar  $0,386 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 0,874 < 2,012$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak yang berarti tidak dapat pengaruh X2 terhadap Y.



Uji f digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan (besama-sama) terhadap variabel terikat keputusan pembelian(Y). Adapun hasil uji f dengan bantuan *program spss v25* didapatkan hasil sebagai berikut :

<b>HASIL UJI F (SIMULTAN)</b>					
<b>ANOVA<sup>a</sup></b>					
<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>Df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1 Regression	780.776	2	390.388	26.886	.000 <sup>b</sup>
Residual	682.444	47	14.520		
Total	1463.220	49			

a. Dependent Variable : TOTAL.Y

b. Predictors : (Constant), TOTAL.X2, TOTAL.X1

**Sumber : Data Diolah Peneliti 2022**

Berdasarkan output diatas ditemukan nilai sig. mendapatkan hubungan kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $f_{hitung} 26,886 > f_{tabel} 3,191$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap Y.

Maksud dari observasi ini ialah untuk mengetahui bagaimana masing-masing variable X dan terikat ialah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### **1) Pengaruh parsial kualitas produk (sendiri) (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)**

Dengan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Y), nilai t untuk kualitas produk (X1) adalah 4,251 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jumlah  $t_{hitung} 4,251 > t_{tabel} 2,012$  dan angka signifikan yang dihasilkan  $0,000 < 0,005$ . Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (X1) memiliki hubungan yang signifikan secara parsial dengan keputusan pembelian (Y).

### **2) Pengaruh parsial harga (milik sendiri) (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)**

Menggunakan uji t untuk menguji pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), harga (X2) memiliki t-hitung sebesar 0,874 dan nilai signifikansi sebesar 0,386. Dengan demikian nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,874 lebih kecil dari 2,012 dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,386 lebih besar dari 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

### **3) Pengaruh simultan (bersama-sama) kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)**

Pada uji f untuk mengetahui joint effect (Y) terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 26,886 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai  $f_{hitung} 26,886$  lebih besar dari  $f_{tabel} 4,191$  dan nilai valid yang dihasilkan adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Dilihat dari hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) di atas diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,534 (53,4%), yang merupakan variabel bebas puncak dan nilai terendah dari variabel terikat dalam keputusan pembelian kualitas produk ( $X_1$ ). Harga ( $X_2$ ) adalah 53,4%. Sisanya 46,6% dipengaruhi oleh faktor selain variabel penelitian. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh kuat terhadap variabel terikat keputusan pembelian ( $Y$ ).

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1) Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, penulis menarik kesimpulan dan saran yang bermanfaat untuk restoran Kenangan, Ershi dan Shela.

- a. Dari hasil penelitian kami dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- b. Berdasarkan hasil penelitian kami, kami dapat menyimpulkan bahwa harga komponen tidak mempengaruhi keputusan pembelian.
- c. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

### 2) Saran

Berikut adalah beberapa saran masukan yang mungkin untuk Restoran Kenangan, Restoran Ershi, dan Restoran Shela:

- a. Untuk mengatasi masalah kualitas produk, Restoran Kenangan, Restoran Ershi dan Restoran Shela memperhatikan kebersihan kualitas produk, dan memperhatikan cara penyimpanan bahan baku restoran untuk menjaga kualitas produk. bahan baku berkualitas tinggi.
- b. Untuk mengatasi masalah harga restoran di Kenangan, Ersi dan Shela, disarankan untuk menetapkan harga jual yang tidak terlalu tinggi relatif terhadap pendapatan masyarakat sekitar, meskipun keuntungannya rendah. keputusan pembelian orang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen kopi lain hati lamper kota semarang). *Al tijarah*, 6(3), 96-107
- Anggriawan, J. & Brahmayanti, I. A.S. (2016). Pengaruh Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di PT. Finele Pasar Atom Mall Surabaya. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), C1-30.
- Gunawan. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Stress Kerja Terhadap Kinerja Pada Pegawai Kantor Camat Tebing Tinggi Kabupaten Empat Lawang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*. Vol. 18 No.3, Oktober 2021
- Ghozali. (2018). Pengaruh Kedisiplinan dan Kompetensi Terhadap Kecelakaan Kerja. *Prosiding Kemaritiman 2021*



- Kotler & Armstrong. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di Pt Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Perkusi Pemasaran, Keuangan Dan Sumber Daya Manusia*. Volume 1, Nomor 4
- Kotler & Armstrong. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *Jurnal Agora* Vol. 6, No. 2, (2018)
- Kotler & Armstrong. (2015). *Marketing An Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*.
- Nasution, M. N. (2011). *Manajemen Mutu Terpadu*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Sugiyono. (2017). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelabuhan Batu Ampar Di Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*. Vol. 4 No. 3
- Susanto. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*. Volume X No. 2 / November / 2018
- Tjiptono, Fandy. (2016) Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone Di Bandung. *E-Proceeding Of Applied Science*. Vol.5, No.2 Agustus 2019 | Page 638.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Volume : 7 No. 1 Juni 2021
- Wibowo & Priansa. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Word Of Mouth, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Laptop Merek Acer Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*. Vol. 2 No. 2 April 2021
- Yamit, Zulian (2020). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Penerbit EKONISIA