



## **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ratu Meubel di Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo**

<sup>1)</sup>Nadiya Fitriana Diko, <sup>2)</sup>Sri Endang Saleh, <sup>3)</sup>Melizubaida Mahmud  
<sup>4)</sup>Radia Hafid, <sup>5)</sup>Roy Hasiru

<sup>1)</sup>Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo  
<sup>2)</sup><sup>3)</sup><sup>4)</sup><sup>5)</sup>Dosen Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo  
[nadiadiko8@gmail.com](mailto:nadiadiko8@gmail.com)

**Received: 21 Juny 2022; Revised: 14 July 2022; Accepted: 20 August 2022**  
**DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.8.3.2321-2334.2022>**

### **Abstrak**

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui: 1) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Ratu Meubel Kecamatan Limboto.Kabupaten Gorontalo 2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Ratu Meubel Kecamatan Limboto.Kabupaten Gorontalo 3) Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Pada Ratu Meubel di Kecamatan Limboto. Kabupaten Gorontalo.Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.Teknik pengumpulan data adalah observasi, dokumentasi dan angket.Jumlah sampel ada 65 responden.Analisis data menggunakan Analisis deskriptif.Dengan teknik regresi linear berganda dan bantuan program *IBM SPSS statistika versi 21.0* Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.Variabel harga (X2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.Variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh pada keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah 46,3%. Sedangkan sisanya sebesar 53,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian**

### **Abstract**

*This study aims: 1) to determine the effect of product quality on purchasing decision at Ratu Furniture, Limboto Sub-district, Gorontalo Regency, 2) to determine the effect of purchasing decision at Ratu Furniture, Limboto Sub-district, Gorontalo Regency, and 3) to determine the effect of product quality and price on purchasing decision at Ratu Furniture in Limboto Sub-district, Gorontalo Regency. This study uses a quantitative method in which the data are collected through observation, documentation, and questionnaire. The research samples are 65 respondents and the data are analyzed descriptively with multiple linear regression and assistance of IBM SPSS Statistics version 21.0. The research findings show that the product quality (X1) variable partially does not affect purchasing decision. Meanwhile, the price (X2) variable partially affects purchasing decision. In the meantime, the product quality (X1) and price (X2) variables simultaneously affect purchasing decision. The value of the coefficient of determination shows the effect of product quality and price variables on purchasing decision for 46,3%. While, the rest 53.7% is affected by other variables that are not examined in this study.*

**Keywords:** *Product Quality, Price , and Purchasing Decision*



## PENDAHULUAN

Teknologi yang semakin maju membuat perusahaan dalam dunia bisnis semakin cepat berkembang. Oleh karena itu konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan – perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Selain itu dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan. Sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Keberhasilan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat di dukung melalui upaya membangun komunikasi dengan memenuhi kebutuhan yang konsumeninginkan, menciptakan berbagai produk bervariasi serta berbagai produk pilihan itu sendiri dan menciptakan produk yang sebelumnya belum pernah dibutuhkan oleh konsumen. Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan (Astuti & Febriaty, 2017).

Maka dari itu keputusan pembelian sangat penting untuk perkembangan suatu perusahaan. Sebuah perusahaan harus dapat menarik konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan. Juga untuk keamanan pada sebuah produk atau produk yang berkualitas, para konsumen pasti akan melakukan pembelian berulang jika sudah merasakan manfaat dari produk tersebut. Kecepatan dalam membeli sebuah produk juga sering terjadi di dalam suatu keputusan pembelian karena telah melewati pedoman umum. Karena keputusan pembelian yang dilakukan oleh seseorang adalah tahap terakhir dari rangkaian evaluasi yang diperhatikan konsumen setelah melewati banyaknya pertimbangan seperti proses memilih membandingkan dan membeli untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan. Meningkatnya minat tiap konsumen untuk mempercantik dekorasi rumah dan kantor menjadi tertata rapi, juga banyaknya persaingan dalam industri meubel yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atas harga dan kualitas.

Menurut (Gultom, 2017) Perilaku pembelian konsumen pada dasarnya merupakan proses memilih, membeli dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan konsumen merupakan proses memilih rangkaian atau tindakan dimana diantara dua macam alternatif yang ada (atau lebih) untuk mencapai masalah tertentu dalam mengambil keputusan pembelian, faktor-faktor dalam pengambilan keputusan haruslah diperhatikan oleh pihak konsumen, baik kualitas produk maupun harga.

Saat ini banyaknya produk sejenis serta para pesaing yang serupa dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sebuah produk yang sesuai harapan, maka produk yang berkualitas akan menimbulkan kepercayaan konsumen untuk tetap melakukan pembelian. Kotler dan Armstrong (2008:75) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shareef et al. (2008) yang menyatakan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian secara positif signifikan (2013).



Kualitas produk sangat erat hubungannya dengan keputusan pembelian karena jika produk yang telah dipilih oleh konsumen tidak memenuhi standart atau kualitas yang baik kemungkinan besar konsumen akan memilih alternatif lain atau lebih memilih produk lain karena mutu atau kualitas yang diberikan tidak memenuhi standart yang diinginkan oleh konsumen (Astuti & Abdullah, 2017). Apabila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya serta menjamin kualitas yang diberikan sebagai suatu produk maka produk tersebut akan memiliki kualitas yang baik dimana konsumen akan berfikir untuk lebih mengedepankan kualitas produk yang ada.

**Menurut Adam & Ebert (2002:256)** dalam Jurnal Widya 2003, bahwa “*Quality is the customer’s perception*”. Artinya bahwa pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk itu berdasarkan persepsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan dan pengalaman mereka terhadap produk dan jasa.

Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya. Lupiyadi 2013, menyatakan bahwa harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen untuk membeli suatu produk. Harga yang sesuai dengan kualitas produknya maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut karena konsumen tidak selalu terpaku dengan harga yang rendah.

Harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga dapat menimbulkan persepsi terhadap kualitas produk atau jasa yang diberikan, semakin tinggi harga yang dipatok oleh perusahaan semakin tinggi juga kualitas produk atau jasa yang akan didapatkan oleh para konsumen tersebut (Kotler, 2015:345).

Harga yang hakekatnya merupakan tawaran kepada konsumen. Saat harga dianggap cocok konsumen akan melakukan keputusan pembelian, sebaliknya jika konsumen menolaknya maka harus dilakukan peninjauan ulang terhadap harga yang telah ditetapkan. Ada kemungkinan bahwa konsumen merasa tidak sesuai setelah melakukan pembelian karena mungkin harganya dianggap terlalu mahal atau karena tidak sesuai dengan keinginan dan gambaran konsumen sebelumnya. Karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya.

Berdasarkan hasil observasi di Ratu Meubel, menjual beberapa jenis meubel yaitu Meja Guci, Sofa Tombol, Bunga Keranjang, Kursi Teras, Bunga Keramik, Lampu Gantung, Ranjang dll. Di meubel ini sendiri pun mereka memproduksi produk sendiri, kecuali bahan yang di gunakan mereka memesan dari luar daerah dan merancang nya sendiri. Berdasarkan hasil observasi terlihat permasalahan mengenai keputusan pembelian di meubel ini konsumen sendiri masih terbilang belum puas dengan kualitas produk yang ada pada meubel ini karena kualitasnya ada ada yang sesuai dengan selera konsumen dan ada pula yang tidak sesuai dengan selera konsumen. Seperti yang terjadi pada Penjualan pada bulan Desember & Januari pada meubel ini mereka menargetkan penjualan sebanyak 50 juta, tapi pada bulan Desember mereka malah mendapatkan lebih dari target penjualan mereka yakni mendapatkan sebesar 54.400 Juta atau sebesar 109% keuntungan. Sedangkan pada bulan Januari kemarin mereka tidak memenuhi target penjualan mereka karna mereka hanya mendapatkan 30 Juta atau sebesar 35% keuntungan artinya tidak memenuhi target penjualan mereka. dari hal inilah yang mempengaruhi keputusan



pembelian tak hanya keputusan pembelian harga pun menjadi salah satu faktor penentu dari seorang konsumen ingin melakukan keputusan pembelian karna harga dari meubel ini masih cukup mahal untuk konsumen melakukan pembelian di meubel. dari kualitas produk yang bagus atau sesuai selera konsumen dan harganya pun masih terbilang cukup murah di kalangan masyarakat maka keputusan pembelian pun akan cepat terlaksana.

Dalam hal ini, peneliti tertarik melakukan penelitian pada usaha “Ratu Meubel” yang terletak di Kec limboto, kabupaten Gorontalo. Merupakan salah satu meubel yang sudah di kenal oleh masyarakat kabupaten Gorontalo terutama masyarakat yang berada di hunggaluwa, limboto. Berdasarkan latar belakang, maka peneliti tertarik mengkaji lebih dalam permasalahan yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ratu Meubel Di Kecamatan Limboto. Kabupaten Gorontalo.**

## METODE

Dalam memilih metode penelitian, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis data analisis deskriptif untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ratu Meubel Di Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner/angket kepada konsumen Ratu Meubel. Tempat Pelaksanaan penelitian ini adalah di Ratu Meubel kel Hunggaluwa Kabupaten Gorontalo. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu adalah konsumen ratu meubel dengan jumlah sebanyak 65 responden, dengan rincian populasi untuk perempuan 40 orang dan pria 25 orang. dan yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah seluruh jumlah populasi adalah berjumlah 65 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi dokumentasi dan angket dan instrumen yang digunakan adalah kuisioner dengan sklah *Likert* 1-5. Teknik analisis data yang digunakan untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda yang dioperasikan melalui program IBM SPSS versi 21. Model persamaan regresi linier berganda pada dasarnya merupakan studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas. Digunakannya regresi linier berganda karena data dalam penelitian ini merupakan gabungan dari data *time series* dan *cross section*. Analisis regresi berganda digunakan oleh penulis, bila penulis bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel terikat, apabila dua atau lebih variabel bebas sebagai faktor prediksi dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Agar hasil penelitian ini representatif, maka perlu dilakukan analisis validitas. Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan rumus validitas *Pearson product momen*. Validitas masing-masing indikator dilihat dari pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai  $r_{hitung}$  (*Corrected Item-Total Correlation*)  $>$   $r_{tabel}$ . Berdasarkan Uji Validitas menggunakan *Pearson product momen* untuk variabel  $X_1$  yang terdiri dari 12 item pertanyaan secara keseluruhan sudah dinyatakan valid, variabel  $X_2$  yang terdiri dari 12 item pertanyaan secara keseluruhan sudah dinyatakan valid dan untuk variabel Y yang



terdiri dari 12 item pertanyaan secara keseluruhan sudah dinyatakan valid yang artinya indikator dari masing-masing variabel memiliki nilai  $r_{hitung}$  (*Corrected Item-Total Correlation*)  $>$   $r_{tabel}$ . Sedangkan hasil uji reliabilitas instrumen untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7  
Uji Reliabilitas  
Variabel Kualitas Produk, Harga dan Keputusan pembelian

NNo	Variabel	Cronbach Alpha	R tabel	Keterangan
11	Kualitas produk	0.638	0,600	Reliabel
22	Harga	0.651	0,600	Reliabel
33	Keputusan Pembelian	0.688	0,600	Reliabel

Berdasarkan tabel, diperoleh bahwa hasil uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Jadi hasil koefisien reliabilitas instrument kualitas produk ( $X_1$ ) adalah sebesar  $r_{alpha}$  sebesar 0,638, instrument harga ( $X_2$ ) adalah sebesar  $r_{alpha}$  sebesar 0,651, dan keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar  $r_{alpha}$  sebesar 0,688, ternyata memiliki nilai “Alpha Cronbach” lebih besar dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,600 sehingga ketiga instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

### Hasil Analisis Uji Statistik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data sampel penelitian terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data penelitian ini menggunakan program *IBM SPSS statistics versi 21.0*, *Normality test* yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan kriteria pengujian :

- Jika nilai Probabilitas  $\geq 0,05$  maka data terdistribusi normal
- Jika nilai Probabilitas  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal.

Tabel 4.8  
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,55732819
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,085
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,682
Asymp. Sig. (2-tailed)		,741
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		



Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas data *kolmogorov smirnov* adalah jika nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka nilai residual berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0.05$ , maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *kolmoogrov-Smirnov* test memiliki nilai signifikansi sebesar **0,741** dimana nilai ini lebih besar dari *alpha* 5% (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikolinearitas (gejala multikolinearitas) atau tidak. Multikolinearitas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Deteksi terhadap adanya multikolinearitas adalah dengan melihat besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* melalui SPSS dan koefisien korelasi antara variabel bebas. Jika  $VIF > 10$  maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel lainnya.

Tabel 4.10

Hasil Uji Multikolinearitas

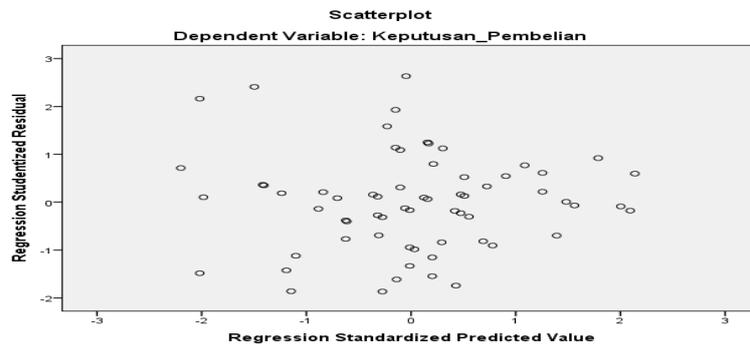
Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas_Produk	<b>,985</b>	<b>1,015</b>
	Harga	<b>,985</b>	<b>1,015</b>
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian			

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai VIF 1,015 dan nilai *tolerance* 0,985. Sedangkan variabel harga memiliki nilai VIF 1,028 dan nilai *tolerance* 0,985. Dari semua variabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari multikolinieritas dan layak digunakan.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas dalam model, atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas secara grafik dapat dilihat dari *multivariate standardized scatterplot*. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila tampak random residual terstandar tidak membentuk pola tertentu, namun tampak random dapat dikatakan bahwa model bersifat homoskedastisitas atau tidak mengandung heteroskedastisitas.

heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot* ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 3.5 Grafik *Scatte plot*

Dari *scatterplot* pada gambar terlihat bahwa titik – titik menyebar secara acak, baik bagian atas angka nol atau bagian bawah angka nol dari sumbu vertikal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas dalam model ini.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk harga berpengaruh signifikan atau tidak terhadap keputusan pembelian.

Hasil perhitungan regresi berganda dengan program SPSS versi 21.0. disajikan pada berikut:

Tabel 4.14  
Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	8,482	7,511		1,129	,263
	Kualitas_Produk	,107	,106	,095	1,008	,317
	Harga	,727	,103	,663	7,072	,000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Persamaan regresi berganda yang diperoleh dari hasil analisis di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 8,482, hal ini berarti jika diasumsikan variabel kualitas produk (X1) dan variabel harga (X2) sama dengan nol maka keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo akan tetap atau tidak berubah sebesar satu-satuan 8,482, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,107 ini berarti bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian atau dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel kualitas produk sebesar satu satuan maka keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo akan naik sebesar 0,107 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.
- Nilai koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,727 ini berarti bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian atau dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel harga sebesar satu satuan maka keputusan



pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo akan naik sebesar 0,727 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.

### Uji Hipotesis

#### Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial, bagaimana pengaruh masing – masing variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini menggunakan kriteria jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Nilai probabilitas yang digunakan adalah  $\alpha = 0,05$  dan besar  $t_{tabel}$  dicari berdasarkan rumus  $df = n - k$ , dimana  $n =$  banyaknya responden (sampel) sedangkan  $k =$  banyaknya variabel (bebas+terikat). Jadi  $df = 65 - 3 = 62$ ,  $t_{tabel}$  yaitu **1.998**.

Tabel 4.11  
 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,482	7,511		1,129	,263
	Kualitas_Produk	,107	,106	,095	<b>1,008</b>	,317
	Harga	,727	,103	,663	<b>7,072</b>	,000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Dari hasil tabel diatas dapat diketahui hasilnya yaitu:

1. Variabel kualitas produk memiliki nilai probabilitas 0,317 > 0.05, artinya tidak signifikan, sedangkan nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas produk sebesar 1,008 < 1,998 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Ratu Meubel Di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo.
2. Variabel harga memiliki nilai probabilitas 0,000 < 0.05, artinya signifikan, sedangkan nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas produk sebesar 7,072 > 1,998 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Ratu Meubel Di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo.

#### Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen (kualitas produk dan harga) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Pengujian ini menggunakan kriteria jika  $p\text{-value} <$  dari *level of significant* yang ditentukan maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau dapat melihat nilai F. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka secara bersamaan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.  $F_{tabel}$  dapat dihitung dengan cara  $df_1 = k - 1$  dan  $df_2 = n - k$ , dimana  $k$  adalah



jumlah variabel dependen dan independen. Maka  $df_1 = 3-1 = 2$  dan  $df_2 = 65-3 = 62$ , jadi didapat  $F_{tabel}$  adalah 3,15.

Tabel 4.12  
Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	361,598	2	180,799	26,782	,000 <sup>b</sup>
	Residual	418,555	62	6,751		
	Total	780,154	64			
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Produk						

Dari tabel diatas dapat diketahui hasilnya yaitu:

- Nilai  $F_{hitung} = 26,782$  dan  $F_{tabel} = 3,15$ , jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel kualitas produk dan harga sama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo.
- Nilai Signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur sebesar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah sebesar terhadap variabel terikat

Tabel 4.15  
Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,681 <sup>a</sup>	,463	,446	2,59825
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Produk				

Dari hasil analisis data pada tabel 4.22 nilai  $R = 0,681$  atau  $R^2$  (R Square) = 0,463. Artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo sebesar 46,3%. Sedangkan sisanya sebesar 53,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

### Pembahasan

#### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil statistik uji t variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar 1,008 dengan nilai signifikansi sebesar 0,317 lebih besar dari 0,05 ( $0,317 > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,107; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “ Tidak Terdapat Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Ratu Meubel di Kec. Limboto Kabupaten Gorontalo ditolak.

Temuan penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lisa Amelia, dkk (2016) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh



secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen koperasi serta usaha kabupaten solok.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Tri sudarwanto (2018) tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di butik QTAPonorogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo.

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini dan didukung oleh hasil – hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dianalogiskan bahwa masyarakat dalam hal ini sebagai konsumen tidak mempertimbangkan kualitas produk suatu barang melainkan hanya tingkat harga dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Mengingat bahwa produk meubel ini merupakan produk ataupun barang yang termasuk dalam kategori barang interior (mewah) yang rata – rata dikonsumsi oleh mayoritas masyarakat menengah keatas atau bukan sebagai barang primer ataupun sekunder. Sehingga apabila ada konsumen pada kategori menengah kebawah maka tentunya lebih mengutamakan tingkat harga suatu barang dibandingkan kualitas barang dalam melakukan keputusan pembelian.

### **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.**

Berdasarkan hasil statistik uji t variabel harga diperoleh nilai t hitung sebesar 7,072 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,727; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Terdapat Pengaruh harga produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Ratu Meubel Di Kec. Limboto Kabupaten Gorontalo diterima.

Hal ini mengartikan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar – menawar. Harga dapat dinilai dengan jumlah uang dengan peran sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga juga disebut sebagai suatu bagian dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.

Selanjutnya hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pradana (2017), Wayan (2019), serta Trisno dkk (2020) yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Sulthan Fahrezzy Arlin Ferlina Moch (2018) yang menyatakan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen laptop Asus. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Fera1, Charisma Ayu Pramuditha (2022) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Xiaomi di kota Palembang.

Dari hasil penelitian sebelumnya di atas, harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah misalnya jika harga terjangkau atau sesuai dengan daya beli konsumen, menarik perhatian konsumen maka keputusan pembelian pun akan cepat terlaksana. Jadi harga pun sangat mempengaruhi keputusan pembelian



## **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil statistik uji F variabel kualitas produk dan harga diperoleh nilai F hitung sebesar 26,782 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), variabel kualitas produk dan harga sama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo diterima. Hal ini mengartikan bahwa variabel kualitas produk dan variabel harga berpengaruh secara simultan atau bersama – sama terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Panji Arief Akbar (2011) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di kota Banjarnegara tahun 2011. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Sulthan Fahrezzy ARLIN Ferlina Moch (2018) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara bersama – sama atau simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen laptop Asus.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Riduansah (2020) yang menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada online shop.

Dari hasil penelitian sebelumnya, bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan, walaupun harga jual di bawah kualitas dibawah juga tetapi dari segi desain dia menarik, indah, dan estetika orang pasti akan mengambilnya. Meskipun kualitasnya rendah atau sesuai dengan jenis bahan yang di gunakan atau kayu, dan terjangkau ( harga) pasti mereka akan membeli atau melakukan keputusan pembelian.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan oleh peneliti pada bagian sebelumnya, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo. Hal ini dapat dilihat dengan nilai t hitung sebesar 1,008 dengan nilai signifikansi sebesar 0,317 lebih besar dari 0,05 ( $0,317 > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,107, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel Di Kec. Limboto Kabupaten Gorontalo.
2. Variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo. Hal ini dapat dilihat dengan nilai t hitung sebesar 7,072 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,727, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel Di Kec. Limboto Kabupaten Gorontalo.



3. Variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo. Hal ini dapat dilihat dengan nilai F hitung sebesar 26,782 lebih besar dari Ftabel = 3,15, jadi ( $26,782 > 3,15$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 > 0,05$ ), sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ratu Meubel di Kec Limboto. Kabupaten Gorontalo.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anisah,A. (2017). Pengaruh kualitas produk pelajaran dan internet sebagai sumber belajar terhadap keputusan pembelian pada pembelajaran IPS. *LOGIKA Jurnal Ilmiah Lemlit Unswagati Cirebon*, 18(3), 1-18.
- Arikunto,Suharsimi.2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aunurrahman. 2016. Belajar Dan Pembelajaran.Bandung: CV Alfabeta
- Azhar Arsyad.2014.Media Pembelajaran, Edisi Revisi Cet 17.Jakarta: Rajawali Pers
- Daryanto. 2016. Media Pembelajaran Peranannya Sangat Penting dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran. Yogyakarta: Gava Media.
- Eko,Iswanto. Rudy,Sumiharsono. Syamsul,Hidayat. Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Powerpoint Dan Buku Teks Terhadap Hasil Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) Materi Tata Surya Siswa Kelas VI Semester Ganjil Tahun Pelajaran2018-2019 Di Mi Negeri 2 Jember. *Jurnal of Education Teknologi and Innovation (JETI)* ,Vol 01.No 2 (2018)
- Hamalik,Oemar.2003.Perencanaan Pengajaran berdasarkan Pendekatan system,Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hasan,Muhammad dkk.2021.Media Pembelajaran.Klaten:CV Tahta Media Grup
- Hidayat,Rahmat dan Abdillah.2019.Ilmu Pendidikan Konsep,Teori Dan Aplikasinya. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia
- Inayah, Y. (2012). *Pengaruh Buku Teks Terhadap Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam (Pai) Siswa Sekolah Menengah Pertama (Smp) Negeri I Karangampel Kabupaten Indramayu* (Doctoral Dissertation, Iain Syekh Nurjati Cirebon).
- Kurniasih, I. 2014. Panduan Membuat Bahan Ajar (Buku Teks Pelajaran) Sesuai dengan Kurikulum 2013. Surabaya: Kata Pena.
- M.Fadillah.2014.Implementasi Kurikulum 2013 Dalam Pembelajaran Sd/MI, SMP/MTS, &SMA.Yogyakarta : Ar-Ruzz Media
- Muhibin Syah.2011.Psikologi Belajar. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Mulyasa,2013. Pengembangan dan Implementasi Kurikulum 2013: Perubahan dan Pengembangan Kurikulum 2013 Merupakan Persoalan Penting dan Genting
- Nana, Sudjana.2010. Cara Belajar Siswa Aktif Dalam Proses Belajar Mengajar. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- .2005.Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar,Bandung: PT Remaja Rosdakarya



- Ningsih, Pudji Hariati. 2015. Pengaruh Penggunaan Modul Dan Penggunaan Buku Paket Terhadap Prestasi Belajar Mata Pelajaran IPS Siswa Kelas V SDN Sukabumi 10. *Jurnal Penelitian Dan Pendidikan IPS*
- Oemar. Hamalik .2007 .Dasar-dasar Pengembangan Kurikulum, Bandung : Remaja Rosda Karya
- Putri, C. E., Effendi, Z. M. (2019). Hubungan Minat Belajar Dan Pemanfaatan Buku Teks Dengan Hasil Belajar Mata Pelajaran Ekonomi Di Sma. *Jurnal Ecogen*, 2(3).
- Prastowo, A. 2015. Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif. Jogjakarta: Diva Press.
- Sa'dun Akbar dan Hadi Sriwiyana. 2010. Pengembangan kurikulum dan pembelajaran: Ilmu Pengetahuan Sosial. Yogyakarta: Cipta Media, 2010
- Sitepu. 2014. Penulisan Buku Teks Pelajaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Sinar. 2018. Metode Active Learnig. Sleman: CV Budi Utama
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta
- . 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta
- Suprihaatiningrum, Jamil. 2013. Strategi Pembelajaran Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media
- Supriyo. Pengaruh Pengaruh Buku Teks dan Cetak Terhadap Hasil Belajar Di SMA N I Marga Tiga Kabupaten Lampung Timur Pada Kelas XII. IPS Tahun Pelajaran 2013/2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Vol. 3 No.1 (2015)
- Susanto, Ahmad. 2016. Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Thobroni, Muhammad. Mustofa, Arif. 2013. Belajar & Pembelajaran Pengembangan wacana dan praktik pembelajaran dalam pembangunan Nasional, .Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- . 2015. Belajar dan Pembelajaran Teori dan Praktik. Yogyakarta: Arruz Media
- Wachyu, Sundayana. 2014. Pembelajaran Berbasis Tema Panduan Guru Dalam Mengembangkan Pembelajaran Terpadu. Jakarta: Erlangga
- Wahyuningsih, Endang Sri. 2020. Model Pembelajaran Mastery Learning Upaya Peningkatan Keaktifan dan Hasil Belajar. Sleman: CV Budi Utama



AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal  
P-ISSN [2407-8018](#) E-ISSN [2721-7310](#) DOI prefix [10.37905](#)  
Volume 08 (3) September 2022  
<http://ejournal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara>