

KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN BAURAN PEMASARAN

Ayu Alfiani Zega^{1)*}, Sylvia Fahzannah²⁾, Tio Fanny³⁾, Muammar Rinaldi⁴⁾

¹²³⁴⁾ STIE Eka Prasetya, Medan

Penulis Korespondensi: muammar@eka-prasetya.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of price on purchasing decisions on Primebatiq, determine the effect of product quality on purchasing decisions on Primebatiq, determine the effect of price and product quality on purchasing decisions on Primebatiq. The research population that will be used in the study are all Primabatiq users who made purchases during the 2020 period as many as 1,374 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 93 respondents. The results of the research analysis show that price has a negative and significant effect on purchasing decisions on Primebatiq based on the results of partial hypothesis testing, namely $t_{count} -4.873 < -t_{table} -1.661$. The results of the analysis show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions on Primebatiq based on the results of partial hypothesis testing, namely $t_{count} 2,258 > t_{table} 1,661$. The results showed that Price and Product Quality had a positive and significant effect on Purchase Decisions at Primebatiq based on the results of simultaneous hypothesis testing, namely $F_{count} 26.832 > F_{table} 2.36$. The results of this study are supported by the value of R square (R^2)= 0.374 meaning that the Purchase Decision variable can be explained by the Price and Product Quality variable of 37.4% while the remaining 62.6% is influenced by other factors originating from outside this research model such as service, advertising, discount, satisfaction, loyalty, behavior, consumer perception and other variables.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision

Article Information:

Received Date: 22 September 2023

Revised Date: 7 Oktober 2023

Accepted Date: 15 Oktober 2023

PENDAHULUAN

Sektor fashion memiliki potensi yang sangat tinggi untuk dapat mendorong perekonomian di negara ini, mengingat industri fashion Indonesia diyakini akan terus berkembang. Salah satu bentuk hasil kreasi dari industri fashion asli dari Indonesia yang sudah terkenal dan diakui oleh dunia adalah Batik. Batik merupakan salah satu bentuk hasil kreasi dari industri fashion asli dari Indonesia yang sudah terkenal dan diakui oleh dunia, batik yang merupakan salah satu wujud dari kebudayaan asli Indonesia memiliki potensi yang amat besar dalam turut andil untuk membantu menaikkan perekonomian pada sektor industri kreatif dalam negeri.

Primebatiq adalah salah satu toko yang bergerak dalam bidang penjualan Batik dimana produk yang ditawarkannya memiliki berbagai varian Batik dan dapat digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Sejak awal berdirinya sampai saat ini, Primebatiq dinilai sedang mengalami peningkatan pada penjualannya. Berdasarkan pada tabel 1, dapat diketahui bahwa penjualan dari Primebatiq sedang mengalami peningkatan dimana pada tahun 2018, jumlah konsumen yang melakukan pembelian adalah sebanyak 2.827 konsumen, sedangkan pada tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi sebanyak 2.962 konsumen. Untuk tahun 2020, jumlah konsumen mengalami penurunan menjadi sebanyak 1.374 konsumen. Penurunan terjadi karena adanya pandemi corona. Akan tetapi, sebelum adanya pandemi, Keputusan Pembelian konsumen dinilai mengalami peningkatan. Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih. Primebatiq juga memiliki berbagai strategi yang baik dalam memasarkan produknya sehingga rangsangan pemasaran yang diberikan oleh Primebatiq menarik Keputusan Pembelian konsumen. Konsumen dinilai juga sering menjadikan perusahaan sebagai pilihan utama

ketika mereka ingin melakukan pembelian pada Batik karena merasa telah terbiasa melakukan pembelian pada produk yang mereka tawarkan.

Tabel 1. Data Penjualan Primebatiq Periode 2018 sampai dengan 2020

Tahun	Jumlah Konsumen
2018	2.827
2019	2.962
2020	1.374
2021	1.255

Sumber: Primebatiq, 2021

Permasalahan dalam riset ini penjualan pada toko batik mengalami penurunan setelah pandemic, hal itu berdampak secara signifikan, pada tahun 2021 juga terus mengalami penurunan, upaya yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan dilakukan salah satunya dari media social atau online namun hal itu belum mampu mencapai target yang di inginkan.

Faktor pertama yang dinilai dapat menarik Keputusan Pembelian konsumen adalah Harga dimana menurut Kurniawan (2018:22), Harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya. Faktor lainnya yang dinilai juga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen adalah Kualitas Produk dimana menurut Firmansyah (2019:8), Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Kualitas Produk yang ditawarkan tidak diragukan lagi oleh konsumen yang akan melakukan pembelian karena produk Batik dari Primebatiq memiliki jahitan yang rapi menggunakan jarum ganda.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan

oleh penjual. Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Menurut Rossanty, dkk (2018:14), Keputusan Pembelian merupakan kontinum yang terdiri dari 2 dimensi yaitu dimensi yang menunjukkan adanya keterlibatan dari konsumen dalam keputusan membeli dan dimensi yang menunjukkan jumlah informasi yang dibutuhkan konsumen untuk dapat membuat keputusan dengan mencari informasi dan mempertimbangkan berbagai alternatif. Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, Harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Dalam pemasaran, Harga merupakan satuan terpenting karena Harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Menurut Tjiptono dan Diana (2020:256), Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Menurut Wijayanti (2019:51), Harga merupakan hasil kebijakan tentang penetapan Harga Produk, yang meliputi daftar Harga, diskon, periode pembayaran, jangka waktu kredit, atau kebijakan lainnya. Menurut Dharmawati (2017:294), Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang fleksibel artinya dapat diubah-ubah sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli

diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Menurut Damiati, dkk (2017:184), Kualitas Produk adalah evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa. Menurut Firmansyah (2019:8), Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Menurut Astuti dan Matondang (2020:7), Kualitas Produk adalah sebuah faktor dari produk tersebut yang dapat diukur nilainya dari produk tersebut apakah sesuai dengan standar. Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Menurut Irawan (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kualitas Produk, Harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dalam hal ini diharapkan harga dan kualitas produk mampu meningkatkan pembelian. Harga yang tinggi namun di ikuti dengan kualitas produk yang baik maka akan meningkatkan pembelian pada toko butik tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Wahyudi (2017:12), data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya. Lokasi dilakukannya penelitian adalah Primebitiq yang beralamat di

jalan Brigjend Katamso Gg Perbatasan No. 3 Medan. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pengguna Primabatiq yang melakukan pembelian selama periode 2020 sebanyak 1.374 konsumen. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan terlalu banyak maka jumlah populasi akan diperkecil dengan teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 konsumen.

Tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian oleh karena itu teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan memperhatikan seluruh uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Primebatiq adalah salah satu toko yang bergerak dalam bidang penjualan Batik dimana produk yang ditawarkannya memiliki berbagai varian Batik dan dapat digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Primebatiq sendiri beralamatkan di jalan Brigjend Katamso Gg Perbatasan No. 3 Medan. Primebatiq menawarkan berbagai produk batik berkualitas yang terbuat dari bahan berkualitas. Produk batik dari Primebatiq juga dinilai memiliki jahitan yang rapi menggunakan jarum ganda. Selain itu, produknya juga memiliki motif yang menyambung antara sisi kiri dan kanan. Terlebih lagi produk Batik yang ditawarkan memiliki kancing cadangan yang dapat digunakan oleh konsumen ketika kehilangan kancing mereka. Primebatiq juga memiliki kualitas batik yang baik karena 100% terbuat dari kain katun dengan serat benang yang rapat, halus dan tidak berbulu. Beberapa hal tersebut membuat konsumen semakin tertarik dan berminat untuk melakukan pembelian pada produk yang ditawarkannya.

Karakteristik Responden

Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 93 konsumen dari Primebatiq yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah pembelian, frekuensi membeli, pekerjaan dan kegunaan pembelian. Berikut ini karakteristik responden akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	32	34,4%
Wanita	61	65,6%
Total	93	100%

Berdasarkan Tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa responden pria adalah sebanyak 32 orang atau 34,4% dari total responden sedangkan responden wanita adalah sebanyak 61 orang atau 65,6% dari total responden. Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan konsumen yang melakukan pembelian pada Primebatiq adalah wanita.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Jumlah Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1 Produk	47	50,5%
2 Produk	31	33,3%
Lebih Dari 2 Produk	15	16,2%
Total	93	100%

Berdasarkan Tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah pembelian 1 produk adalah sebanyak 47 orang atau 50,5% dari total responden, sedangkan responden dengan jumlah pembelian 2 produk adalah sebanyak 31 orang atau 33,3% dari total responden dan responden dengan jumlah pembelian lebih dari 2 produk adalah 15 orang atau 16,2% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk Primebatiq adalah konsumen dengan jumlah pembelian 1 produk.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Menurut Priyatno (2018:130), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode One Kolmogorov Smirnov, kriteria pengujiannya adalah:

- Jika nilai signifikansi $> 0,1$, maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $< 0,1$, maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian statistik One Sample Kolmogorv-Smirnov dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	93
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	.0000000
Std. Deviation	4.02533849
Most Extreme Differences	
Absolute	.065
Positive	.049
Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z	.627
Asymp. Sig. (2-tailed)	.826

Pada Tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas Kolmogorov-smirnov membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,826 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2018:134), "Metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka Tolerance lebih dari 0,1". Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.745	1.343
	Kualitas Produk	.745	1.343

Tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Harga dan Kualitas Produk mempunyai nilai tolerance (0,745) $> 0,10$ dan nilai VIF (1,343) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 7, diketahui pada Unstandardized Coefficients bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut :

Keputusan Pembelian = 43,846 - 0,453 Harga + 0,257 Kualitas Produk + e

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- Konstanta (α) = 43,846 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X1) yaitu Harga dan variabel (X2) yaitu Kualitas Produk bernilai 0 maka Keputusan Pembelian adalah tetap sebesar 43,846.
- Koefisien X1(b1) = -0,453 menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh negatif terhadap Keputusan Pembelian sebesar -0,453. Artinya setiap peningkatan Harga (X1) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan menurun sebesar 45,3%.
- Koefisien X2(b2) = 0,257 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,257. Artinya setiap peningkatan Kualitas Produk (X2) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 25,7%.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Baerganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	43.846	4.896
	Harga	-.453	.093
	Kualitas Produk	.257	.114

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:121), “Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini nilai thitung akan dibandingkan dengan nilai ttabel, pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$
 H_a Diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai ttabel, maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus: $df = n - k = 93 - 3 = 90$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df adalah 90 dan diperoleh nilai ttabel tersebut yaitu sebesar 1,661. Sedangkan nilai thitung akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai ttabel pada tingkat $\alpha = 10\%$. Hasil uji thitung dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8. Hasil Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	8.956	.000
	Harga	-4.873	.000
	Kualitas Produk	2.258	.026

Berdasarkan Tabel 8 hasil pengujian parsial diatas, maka dapat dilihat beberapa hal dibawah ini diantaranya adalah bahwa :

1. Pada Harga (X1) terlihat bahwa nilai -thitung (-4.873) < -ttabel (-1,661) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.
2. Pada Kualitas Produk (X2) terlihat bahwa nilai thitung (2,258) > ttabel (1,661) dengan tingkat signifikan $0,026 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Uji Hipotesis Simultan (Uji f)

Menurut Priyatno (2018:119), “Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dengan diketahuinya df (pembilang) adalah 2 dan df (penyebut) adalah 90, maka dapat diperoleh nilai Ftabel adalah 2,36. Sedangkan nilai Fhitung akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai Ftabel pada tingkat $\alpha = 10\%$. Hasil uji Fhitung dapat dilihat pada tabel :

Tabel 9. Hasil Uji f

Model		F	Sig.
1	Regression	26.832	.000 ^a
	Residual		
	Total		

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 9 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Fhitung (26,832) > Ftabel (2,36) dengan

signifikansi $0,00 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Herlina (2019:140), “Analisis determinasi atau disebut juga R Square yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat”. Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.611 ^a	.374	.360

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.17 hasil pengujian koefisien determinan diatas, dapat dilihat Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,374 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Kualitas Produk sebesar 37,4% sedangkan sisanya 62,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti pelayanan, iklan, potongan harga, kepuasan, loyalitas, perilaku, persepsi konsumen dan variabel lainnya.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Harga terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Saputra (2017) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Kualitas Produk terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Apriando, dkk (2019) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan ketersediaan produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,374 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Kualitas Produk sebesar 37,4% sedangkan sisanya 62,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti pelayanan, iklan,

potongan harga, kepuasan, loyalitas, perilaku dan variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Irawan (2020), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan Kualitas Produk, Harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Febrian (2019), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai Harga dan Kualitas Produk tidak bernilai, maka Keputusan Pembelian adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Harga sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan menurun. Setiap peningkatan Kualitas Produk sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan meningkat. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Harga dan Kualitas Produk dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan dalam menentukan harga dan kualitas barang. Akan tetapi masih banyak variabel yang menjadi penyebab penurunan keputusan pembelian yang tidak dibahas pada penelitian ini.

REFERENSI

- Apriando, J. P., Soesanto, H., & Indriani F. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Semarang.
- Astuti, M., & Matondang., N. 2020. *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Penerbit Deepublish Publisher. Yogyakarta.
- Damiati, L. M., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K. & Angendari, M. D. 2017. *Perilaku Konsumen*. Penerbit PT. RajaGrafindo Persada, Depok.
- Dharmawati, M. 2016. *Kewirausahaan*. Penerbit PT. RajaGrafindo Persada Depok.
- Febrian, F. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik." *Ekono Insentif*. Cimahi.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Deepublish Publisher Yogyakarta.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Herlina, V. 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Irawan, M. R. N. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Satria Nusantara Jaya." *Jurnal Simki Economic, Jawa Timur*.

- Kurniawan, A. R. 2018. Dasar-Dasar Marketing, Segala Hal Tentang Marketing & Sales. Penerbit Quadrant, Yogyakarta.
- Priyatno, D. 2018. SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. 2018. Consumer Behaviour in Era Millennial. Penerbit Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, Medan.
- Tjiptono, F. & Diana, A. 2019. Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. & Diana, A. 2020. Pemasaran. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Utami, R. P., & Saputra, H. 2017. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran organik di Pasar Sambas Medan." Jurnal Niagawan. Medan.
- Wahyudi, S. T. 2017. Statistika Ekonomi : Konsep, Teori dan Penerapan. Penerbit UB Press. Jakarta.
- Wijayanti, T. 2019. Marketing Plan! Dalam Bisnis. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.