

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN THE BLOUSE DI DAERAH
KEBON JERUK JAKARTA BARAT**



ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

RESHA INDAH KURNIAWATI

64190626

UNIVERSITAS

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta

2023

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Blouse Di Daerah Kebon Jeruk Jakarta Barat

Resha Indah Kurniawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRACT
Histori Artikel: Diterima xxxx, 20xx Direvisi xxxx, 20xx Diterbitkan xxxx, 20xx	<i>The rapid development of technology makes it easy for users to carry out various activities, especially in the business sector. Technology device facilities such as social media, websites, and others are often used to support business activities in terms of promotion and sales. So that in the current era there are lots of emerging business systems with online shops. Apart from providing convenience, the online shop system is very easy to run and does not require large capital. The Blouse is an online clothing store business that was founded in 2016. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price and product quality on consumer decisions of The Blouse Jakarta. This study uses a quantitative approach based on statistical data. A research approach that is appropriate to the research problem requires careful measurement of the research object variables to arrive at generalizable conclusions regardless of the context of time, place and situation. The results of this study indicate that there is a positive and sig relationship between the effect of price and product quality on consumer decisions of The Blouse.</i>
Keyword: The Blouse Product Quality Consumer Decisions	
Corresponding Author: Resha Indah Kurniawati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Dewi Sartika B, Jakarta Timur, 13630, Indonesia, Email: reshaindahkurniawati@gmail.com	

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi memudahkan pengguna untuk melakukan berbagai fungsi, terutama dalam bidang bisnis. Perangkat teknis seperti media sosial, website dan lainnya sering digunakan untuk mendukung kegiatan bisnis di bidang perdagangan dan promosi sehingga saat ini banak bermunculan sistem bisnis menggunakan penjualan online

Sistem belanja online tidak hanya membuat nyaman, tetapi juga sangat mudah digunakan dan tidak membutuhkan modal yang besar. Proses penjualan yang sangat mudah diakses oleh semua orang dan proses transaksi yang cepat menjadikan belanja online sebagai bisnis yang dapat digemari oleh produsen maupun konsumen.

The Blouse merupakan sebuah usaha toko baju online yang berlokasi di jalan H. Soleh II No.85, RT.5/RW.3, Sukabumi Sel., Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11560, toko itu menjual pakaian - pakaian wanita seperti (kemeja, dress, sweater, blouse, dan pants) toko ini berdiri sekitar tahun 2016 pada saat itu The Blouse mempunyai toko di tanah abang, namun pada tahun 2020 terjadi pandemic Covid-19 yang mengakibatkan toko – toko offline termasuk toko The Blouse di tanah abang sementara di tutup.

Sejak saat pandemic Covid-19 the blouse melakukan usaha jual beli baju di toko online menggunakan media internet guna memasarkan produk - produk tersebut dan mempromosikan produk - produknya menggunakan website jejaring social media seperti Instagram, Shopee dan Tiktok.

Namun pada saat penjualannya di online shop The Blouse tetap memperhatikan harga, kualitas produk, hal tersebut dilakukan guna konsumen tetap mempercayai The Blouse sebagai salah satu toko pakaian online terbaik sehingga saat ini sudah mencapai 10.000 lebih penjualan di online shop.

Berdasarkan latar belakang di atas maka di lakukan penelitian dengan judul ‘ Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen The Blouse Jakarta’

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan data statistik. Pendekatan penelitian yang sesuai dengan masalah penelitian membutuhkan pengukuran variabel objek penelitian yang cermat untuk sampai pada kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terlepas dari konteks waktu, tempat dan situasi.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan di dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang disebutkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif statistika untuk mengukur pengaruh harga, kualitas produk terhadap keputusan konsumen The Blouse Jakarta.

Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini yang terdekat dengan posisi kantor adalah Masyarakat Jakarta Barat khususnya Kebon Jeruk. Total kependudukan masyarakat di kecamatan Kebon Jeruk adalah 383.1 pada Tahun 2019.

Menurut Handayani(2020), teknik pengambilan sampel atau biasa disebut dengan sampling adalah proses menyeleksi sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel, dan memahami berbagai sifat atau karakter dari subjek yang dijadikan sampel, yang nantinya dapat dilakukan generalisasi dari elemen populasi. Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.

Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah teknik simple random sampling. Simple random sampling merupakan pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Untuk mengukur besaran sampel yang akan diteliti peneliti menggunakan rumus Slovin, dimana rumus ini mampu mengukur besaran sampel yang akan diteliti. Besaran sampel yang akan diteliti sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Nilai kritis (batas kesalahan) yang diinginkan adalah 10%

Dari rumus diatas didapat angka sebagai berikut :

$$n = \frac{383}{383 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{383}{383 \cdot 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{383}{3,83 + 1}$$

$$n = \frac{383}{4,83}$$

$$n = 79,29$$

Maka jumlah sampel yang digunakan setelah dibulatkan yaitu sebanyak = 81 Responden. Teknik operasional dalam pengambilan sampel adalah dengan mengambil beberapa responden dalam setiap harinya dalam jangka waktu 1 minggu disesuaikan dengan jam kerja Responden.

Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi Data

Deskripsi data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis deskripsi data kuantitatif. Teknik analisis deskriptif kuantitatif adalah teknik yang digunakan untuk pengujian, pengukuran, dan hipotesis berdasarkan perhitungan matematika dan statistik. Berdasarkan jawaban kuesioner yang disampaikan responden penelitian, dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman karakteristik responden pada Jenis Kelamin dibagi menjadi dua kelompok yaitu laki – laki dan perempuan, dapat di lihat pada diagram di bawah ini :

Jenis Kelamin
81 jawaban

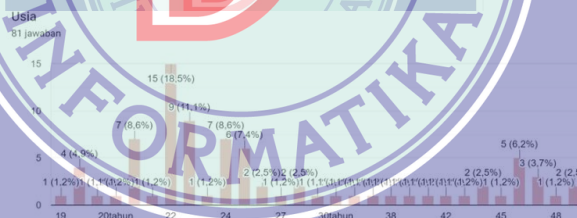


Gambar 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan data pada diagram diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah perempuan 64,2%. Data ini menunjukkan bahwa konsumen The Blouse di dominasi perempuan.

2. Berdasarkan Usia

Keragaman karakteristik responden pada Usia dapat di lihat pada diagram di bawah ini :

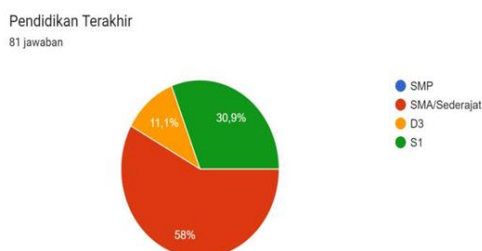


Gambar 2. Usia

Berdasarkan data pada diagram diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak memiliki usia 22 tahun (18,5%) yang dimana menunjukkan bahwa konsumen The Blouse di dominasi usia 22 tahun.

3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Keragaman karakteristik responden pada Pendidikan Terakhir dibagi menjadi 4 Kelompok terdiri dari: SMP, SMA/Sederajat, D3, dan S1. Dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Berdasarkan data pada diagram diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah respnden yang memiliki pendidikan akhir SMA (58%) yang dimana menunjukkan bahwa konsumen The Blouse di dominasi pendidikan SMA.

Uji Instrument Penelitian

a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas yang dilakukan peneliti untuk mengetahui relevansi kuesioner yang menjadi alat ukur penelitian, layak atau tidak nya untuk digunakan dalam pengumpulan data dari responden masyarakat Kebon Jeruk Jakarta Barat. Dalam melakukan uji validitas persyaratan instrumen ini, peneliti terlebih dahulu melakukan penyebaran 16 data kuesioner kepada responden, hal ini dilakukan untuk meminimalkan hasil kevalidan data dari pengujian yang dilakukan pada masing-masing variabel independen yaitu Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) serta variabel dependen yaitu Keputusan Konsumen (Y). Hasil uji validitas data tersebut telah dilakukan peneliti dengan menggunakan bantuan Statistical Program and Service Solution IBM 25. untuk menentukan validitas data dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel ($df = n-2$), sisi pengujian tabel dengan $\alpha 0,05$.

Dasar pengambilan keputusan untuk menentukan validitas data dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel.

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan pada kuesioner dinyatakan tidak valid.

Nilai r tabel dengan jumlah responden sebanyak 80 konsumen pada tingkat signifikansi 0,05 adalah 0,219.

Hasil analisis uji validitas variabel Pengaruh Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Keputusan Konsumen (Y). Dapat dilihat pada tabel - tabel dibawah ini:

Tabel 1 Uji Validitas Variabel-Variabel

Dimensi	Item Pertanyaan	Korelasi Person	R Tabel	KETERANGAN
PENGARUH HARGA	X1.1	0.794	0.219	VALID
	X1.2	0.762	0.219	VALID
	X1.3	0.727	0.219	VALID
	X1.4	0.728	0.219	VALID
	X1.5	0.761	0.219	VALID
	X1.6	0.814	0.219	VALID
KUALITAS PRODUK	X2.1	0.836	0.219	VALID
	X2.2	0.865	0.219	VALID
	X2.3	0.880	0.219	VALID
	X2.4	0.898	0.219	VALID
	Y.1	0.846	0.219	VALID

KEPUTUSAN KONSUMEN	Y.2	0.840	0.219	VALID
	Y.3	0.841	0.219	VALID
	Y.4	0.825	0.219	VALID
	Y.5	0.916	0.219	VALID
	Y.6	0.851	0.219	VALID

Berdasarkan analisis uji validitas menggunakan pearson correlation pada Tabel 1, terdapat 16 butir pernyataan yang dapat diketahui bahwa seluruh item nilai pearson correlation berada di atas angka 0,219 yang merupakan r tabel, hal tersebut menandakan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel pengaruh harga, kualitas produk dan keputusan konsumen sudah valid.

b. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2012:220), Instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6. Untuk mempermudah perhitungan uji validitas dan uji realibilitas, maka penulis menggunakan program Microsoft Excel dan SPSS Statistics (Statistical Program of Social Science) 25 version for windows.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari penelitian ini terdapat pada tabel berikut:

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengaruh Harga (X1)	0,855	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,892	Reliabel
Keputusan Konsumen (Y)	0,924	Reliabel

Berdasarkan dari data pada tabel diatas yaitu hasil uji reliabilitas pada masing - masing variabel, karena nilai Cronbach's Alpha pada variabel Pengaruh Harga (X1) sebesar 0,855, variable kualitas produk (X2) sebesar 0,892 dan variabel keputusan konsumen (Y) sebesar 0,924.

Dapat disimpulkan bahwa data - data yang diperoleh dari keseluruhan instrumen pernyataan - pernyataan kuesioner pada masing - masing variabel telah memenuhi syarat reliabilitas instrumen. Karena angka Cronbach's Alpha diatas atau lebih dari $> 0,60$.

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut (Gunawan, 2020) Uji normalitas data adalah uji yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak, dan apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Dengan tingkat signifikansi 5%, indikator yang digunakan untuk pengambilan keputusan bahwa data tersebut terdistribusi normal atau tidak adalah apabila nilai probabilitas lebih besar ($>$) dari 0,05 maka data terdistribusi secara normal. Pada peneilitian ini dilakukan pengujian normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov. Hasil Uji Normalitas disajikan pada

Tabel 3
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Unstandardized

Predicted	N	81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	24.4444444
	Std. Deviation	3.37224808
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.067
Test Statistic		.076
Value	Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

- Test
- distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terdapat hubungan yang sempurna atau mendekati linier antara variabel bebas dari suatu model regresi. Suatu model regresi dikatakan multikolinier jika beberapa atau semua variabel bebas pada fungsi linier tersebut memiliki fungsi linier yang sempurna. Gejala multikolinieritas antara lain melihat nilai variance inflation factor (VIF) dan toleransinya. Jika nilai VIF < 10.00 dan Tolerance > 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.966	1.909			.506	.614		
	X1	.441	.120	.367		3.664	.000	.406	2.461
	X2	.786	.155	.509		5.084	.000	.406	2.461

- Dependent Variable: Y

Berdasarkan dari hasil uji multikolineiritas pada tabel 4 diketahui nilai Toleranse sebesar 0,406 > 0,10 dan nilai VIF 2,461 < 10,00. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolineiritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi dimana varian dari residual semua pengamatan dalam model regresi tidak sama. Cara menguji dengan tes Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variabel independen terhadap residual absolut. Sisanya adalah selisih antara nilai variabel Y dan nilai prediksi variabel Y, dan absolute adalah nilai mutlaknya (nilai positif semua). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5

Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.966	1.909		.506	.614
	X1	.441	.120	.367	3.664	.000
	X2	.786	.155	.509	5.084	.000

Coefficients^a

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil perhitungan oleh SPSS pada tabel 5 diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel X1 dan variabel X2 kurang dari 0,05 masing-masing 0,000 dan 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

a. Persamaan Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 25.0. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel iv.10 berikut:

Tabel 6
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.966	1.909		.506	.614
	Pengaruh Harga	.441	.120	.367	3.664	.000
	Kualitas Produk	.786	.155	.509	5.084	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2$$

$$= 0,966 + 0,120 + 0,888$$

Interprestasinya :

- Nilai a sebesar 966 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel keputusan konsumen belum berpengaruh oleh variabel pengaruh harga (X1) dan kualitas produk (X2). Jika variabel independent tidak ada maka variabel keputusan konsumen tidak mengalami perubahan
- b1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,120, menunjukkan bahwa variabel pengaruh harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan konsumen
- b2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,888 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai penngaruh positif terhadap keputusan konsumen

b. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisiem determinasi dapat dilihat pada tabel iv.11 berikut :

Tabel 7

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.826 ^a	.682	.674	2.332
---	-------------------	------	------	-------

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pengaruh Harga
b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Dari hasil Tabel 7 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,682 dan Adjusted R Square sebesar 0,674. Hal ini berarti 62,8% keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel pengaruh harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya 37,2% keputusan konsumen dipengaruhi oleh variabel – variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengaruh harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan dengan variabel keputusan konsumen. Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima artinya semua variabel independent atau bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau terikat. Dan jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya semua variabel independent atau bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau terikat.

Hasil dari Uji F dapat dilihat pada Tabel IV.12 berikut :

Tabel 8
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	909.765	2	454.882	83.635	.000 ^b
	Residual	424.235	78	5.439		
	Total	1334.000	80			

- a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pengaruh Harga

Dari hasil uji F pada tabel iv.12 diperoleh nilai F hitung sebesar 83.635 dengan nilai probabilitas sig sebesar 0,000. Nilai F hitung ($83,635 > F$ tabel ($2,722$)) dan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05 atau nilai $0,000 < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, berarti secara simultan pengaruh harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

b. Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independent terhadap variabel dependent secara individual atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara parsial menerangkan variabel terikat.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

1. Bila t hitung $> t$ tabel ($\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Bila t hitung $< t$ tabel ($\alpha = 0,05$), maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Pengujian di lakukan untuk mengetahui tingkat signifikan antara variabel bebas Pengaruh Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel terikat Keputusan Konsumen (Y) secara parsial atau individual. Untuk menguji t dilakukan dengan tingkat derajat kebebasan $df = n - 2 = 81 - 2 = 79$ sehingga diperoleh t tabel sebesar 1.671. Berikut hasil perhitungan t tabel dapat dilihat pada tabel iv.13 dibawah ini:

Tabel 9
Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	
--	-----------------------------	---------------------------	--

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.966	1.909		.506	.614
	Pengaruh Harga	.441	.120	.367	3.664	.000
	Kualitas Produk	.786	.155	.509	5.084	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan Uji T diatas dapat disimpulkan :

- Pengaruh Harga (X1) mempunyai t hitung sebesar 3,664 dan nilai sig 0,000 < 0,05, dimana t hitung > t tabel (3,664 > 1,671) atau sig < 5% (0,000 < 0,05), maka hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen yang dapat diartikan hipotesis dapat diterima.
- Kualitas Produk (X2) mempunyai t hitung sebesar 5,084 dan nilai sig 0,000 < 0,05, dimana t hitung > t tabel 5,084 > 1,671 atau sig < 5% (0,000 < 0,05), maka hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk juga memiliki pengaruh positif sig terhadap keputusan konsumen yang dapat diartikan hipotesis diterima.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen the blouse Jakarta yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Berdasarkan uji hipotesis menggunakan uji t yang telah dilakuksn pada H1 “Pengaruh Harga (X1) diduga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y) secara parsial atau terpisah” dipengujian tersebut Ho ditolak Ha diterima yang bermakna Pengaruh Harga berpengaruh positif dan sig secara parsial terhadap keputusan konsumen. Pengambilan keputusan tersebut diketahui nilai (t hitung) 3,664 > 1,671 (t tabel) yang memenuhi kriteria untuk menolak Ho. Bahwa Pengaruh Harga sebesar 56% terhadap Keputusan Konsumen.
- Berdasarkan uji hipotesis menggunakan uji t yang telah dilakuksn pada H1 “Kualitas Produk (X2) diduga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y) secara parsial atau terpisah” dipengujian tersebut Ho diterima Ha ditolak yang bermakna Pengaruh Harga berpengaruh positif dan sig secara parsial terhadap keputusan konsumen. Pengambilan keputusan tersebut diketahui nilai (t hitung) 5,084 > 1,671 (t tabel) yang memenuhi kriteria untuk menerima Ho. Bahwa Kualitas Produk sebesar 56% terhadap Keputusan Konsumen.
- Berdasarkan uji hipotesis menggunakan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 83.635 dengan nilai probabilitas sig sebesar 0,000. Nilai F hitung (83,635) > F tabel (2,722) dan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05 atau nilai 0,000 < 0,05, maka H1 diterima dan H0 ditolak, berarti secara simultan pengaruh harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

REFERENSI

Abdurahman (2012). Manajemen Pemasaran Sebagai Dasar dalam Penilaian Keuangan. Jakarta: Erlangga

Andanawawi. (2018). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Buana Pers

Angraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>

- Anwar, I. (n.d.). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia(STIESIA) Surabaya.
- Cakti Gunawan, A. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING* (Sobirin, Ed.). CELEBES MEDIA PERKASA.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63–72. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Gunantha, I., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms. Glow Beauty (Studi Pada Konsumen Ms. Glow Beauty Di Kota Semarang). *Journal of Management & Business*, 2, 579–589.
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Ramadhan, A. R., Sudarto, S., & Yunanto, A. (2021). The Effect of Changes in Gold and Nickel Prices on Stock Return of Mining Sector Company. 3, 225–234
- Sunyoto, D. (2022, April 24). Pimtar.id. Retrieved from Pimtar.id: <https://pimtar.id/books/konsepdasar-riiset-pemasaran-perilakukonsumen>

Tirtayasa, S., Lubis, P. A., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67–86.

Wicaksono Yudha, S., & Mashariono, M. (2020). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKI DI SURABAYA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9, 1–18.



Bab 1-5

ORIGINALITY REPORT

24%	23%	13%	19%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uir.ac.id Internet Source	2%
2	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	2%
3	ojs.unud.ac.id Internet Source	2%
4	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	1%
7	journal.unismuh.ac.id Internet Source	1%
8	Ratika Zahra, Nofha Rina. "Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop MAYOUTFIT Di Kota Bandung", LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2018 Publication	1%
9	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	1%
10	eprint.stieww.ac.id Internet Source	1%
11	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
12	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1%
13	repository.umpalopo.ac.id Internet Source	1%
14	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
15	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%

