



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Sonder 543

Agus Dwi Cahya¹, Annisa Widilia Rahmawati², Arista Fajar Ningsih³

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta Indonesia. Email: agusdc@ustjogja.ac.id;
annisawidill@gmail.com; aristafajarningsih8@gmail.com

Abstrak: Tujuan analisis ini untuk mencari pengaruh harga terhadap keunggulan produksi untuk mencari keputusan pembelian kepada UMKM Bakpia Sonder 543 di Yogyakarta. Analisis ini dijalankan dengan menyebarkan kusioner atau kuantitatif dengan menyebarkan kepada 50 orang dengan *purposive sampling*. Regresi berganda dapat diuji dengan asumsi klasik agar bisa membuktikan bentuk analisis yang tepat. Selanjutnya data diolah dengan memakai regresi linier campuran dan hasil pengolahan data uji t menunjukkan variabel kualitas produksi (X_1) bersifat positif kepada variabel keputusan pembelian (Y) dengan hasil 0,000, variabel harga (X_2) berdampak positif untuk keputusan pembelian (Y) dengan hasil 0,000. Lalu uji F diketahui angka signifikansi adalah sebesar 0,000 sehingga dinyatakan bahwa ada pengaruh positif pada kualitas produksi dan harga kepada ketentuan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas produksi, Harga, dan Keputusan pembelian*

Abstract: *The purpose this analysis for determine the effect of price on production quality in order to find purchasing decisions for consumers SMEs Bakpia Sonder 543 in Yogyakarta. This research was conducted by disseminating kusioner or using quantitative, data obtained by disseminating kusioner to 50 people with purposive sampling. The data analysis method uses linear regression analysis. Based on the results of the analysis on the test t forwardkkan that productio quality variables (X_1) have a positive impact on the variable purchase decision (Y) with a value 0.000 and variable price (X_2) positive and impact effect the purchase decision (Y) with a value 0.000. In the test result f known significance value is 0.000 if it is concluded that the production quality of the price has a positive effect on the terms of consumer purchases*

Keywords: *Product quality, price, and purchase decisions*



A. PENDAHULUAN

Mengikuti zaman yang semakin maju dan berkembang banyak kompetitor lain yang saling bersaing, perkembangan ini menyebabkan adanya inovasi dan kreatifitas yang selalu diciptakan oleh para pelaku usaha, dengan seiring berjalannya perkembangan tersebut para pelaku usaha pasti membutuhkan pemasaran dalam pengembangan usahanya. Peran pemasaran sangat penting karena untuk menunjang kemampuan usaha yang dijalankan. Sebelum menjalankan bisnis harus dipastikan strategi yang tepat untuk mencari konsumen yang akan kita tuju sebagai sasaran produk dan pemasaran. Karena pemasaran dianggap format yang paling ampuh dalam kita mengeluarkan produk yang sedang kita jalankan tanpa pemasaran yang matang dan strategi yang pas pemasaran sebuah produk pasti akan mempunyai kesulitan tersendiri, karena itu bisa dikatakan jika pemasaran menjadi fokus utama dalam seseorang atau perusahaan dalam memperkenalkan dan menyebarkan produk kita kepada masyarakat atau target dari segmen yang kita ingin. Agar apa yang kita sudah rencanakan di awal membuka sebuah bisnis bisa dimulai dengan baik dan sesuai yang kita targetkan, karena semua komponen dalam membuka bisnis selain kualitas produk dan harga tentunya ada pemasaran juga yang ada dalam komponen tersebut.

Agar para pelaku usaha bisa mencapai tingkat kesuksesan dalam persaingannya yaitu dengan menciptakan dan mempertahankan pelanggannya, cara tersebut bisa tercapai bila diupayakan dengan mengantarkan produk atau jasa yang menarik untuk para pembeli dengan harga serta kualitas produk yang sesuai. Maka dari itu para pemilik usaha wajib dan bisa mengikuti perilaku para pembeli pada pangsa pasar yang telah ditargetkan, karena kelangsungan hidupnya usaha mereka sebagaimana komposisi yang telah mencukupi kebutuhan dan keinginan konsumennya sangatlah tergantung pada kemauan konsumen.

Kualitas produk mempengaruhi kemajuan usaha, karena bisnis yang menciptakan produk dengan kualitas tinggi akan mendatangkan keuntungan yang tinggi juga. Kualitas produk selayaknya harus tetap dijaga oleh pemilik usaha tersebut karena kualitas yang baik dan unik pasti akan dicari oleh para konsumen tanpa adanya paksaan dan pengaruh dari pihak lain. Ada teori yang menyatakan “ Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan” (Kotler and Keller 2009:143) (Anggraeni et al., 2016). Menurut Assauri (2015: 211) dalam (Bakti et al., 2020) “ Keunggulan produk adalah salah satu hal yang mendapat perhatian khusus oleh industri, memandang keunggulan produksi berhubungan langsung dengan kepuasan pembeli, yang mejadi tujuan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Menurut Riyono dan Gigih Erlik Budiharja (2016) dalam (Fatmaningrum et al., 2020) Keunggulan produksi adalah objek yang bisa diajukan ke pasar guna mendapat perhatian,lalu diborong,kemudian dinikmati untuk menyenangkan keinginan konsumen. Pembuatan produksi lebih baik mengikuti selera keinginan pasar dan konsumen karena konsumen menjadi kunci penentu dari berhasilnya atau tidak segmen pasar yang kita buat dengan produk yang kita keluarkan maka dari itu para pelaku usaha harus banyak mengetahui apa yang diinginkan konsumen agar bisa tetap berjalan serta menciptakan nilai pada konsumen agar menjadi pembeda dari pesaing lain.

Selain kualitas produk para pelaku usaha juga harus memperhatikan harga yang berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Harga menjadi segmen yang berbeda lagi dimana harga juga menentukan segalanya tetapi para pelaku usaha juga tidak bisa dengan sembarang menentukan harga, harus melihat biaya yang sudah dikeluarkan untuk memproduksi produk tersebut, karena pada dasarnya setiap pelaku usaha ingin mendapatkan keuntungan dengan produk yang dikeluarkan. Harga sangatlah



mempengaruhi segmen pasar yang kita tuju, semakin cocok harga dengan konsumen semakin luaslah segmen pasar yang diinginkan. Kemudian konsumen akan mempertimbangkan untuk memutuskan pembelian produk dengan tetap melihat kualitas dari produk, karena tidak semua konsumen cocok dengan harga yang dikeluarkan tetapi itu menjadi tantangan untuk para pelaku usaha agar para pembeli melirik dengan produk yang kita buat. Banyak teori yang menyebutkan bahwa “Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen” Alma (2011:169) dalam (Purnamasari, I.G.A Yulia, 2015). “Harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Perusahaan harus menetapkan harga yang pas dengan produk yang telah diproduksinya. Jika harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan tidak sesuai dengan kualitas produknya, maka konsumen akan enggan untuk membeli” (Herawati, 2017). Menurut (Pt et al., 2020) Penetapan harga adalah salah satu hal terpenting bagi manajemen. Harga harus bisa menutupi seluruh biaya termasuk biaya produksi, perawatan mesin, dan gaji karyawan bahkan lebih dari itu, yaitu dengan memenuhi keuntungan. Namun jika harga yang ditetapkan sangat tinggi dapat menghasilkan keuntungan yang lebih sedikit. Dalam hal ini konsumen akan beralih ke produk pesaing, debit penjualan berkurang, dan seluruh biaya tidak dapat ditanggung sehingga pada ujungnya perusahaan akan mengalami kerugian.

Jika para konsumen tersebut telah mencapai kepuasan, konsumen akan merasa sesuatu yang diinginkan dari produk tersebut dan akan membuat para konsumen ingin kembali membeli tanpa harus membandingkan dengan yang lain, terutama pada produk makanan khas daerah yang sangat ini sedang kembali menjadi *trending topics*. Mengapa demikian karena saat ini makanan lokal sudah banyak yang modifikasi menjadi lebih baik lagi dan dapat lebih dikenal oleh semua kalangan baik yang milenial maupun yang sudah dewasa. Dengan cara ini kita dapat mengangkat makanan khas suatu daerah cara yang lebih modern dan pastikan akan lebih dicari oleh banyak orang, karena makanan khususnya daerah Yogyakarta pastinya sudah mempunyai segmen sendiri untuk para wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Salah satu makan tersebut adalah Bakpia. Bakpia sudah menjadi ciri khas yang otentik bagi para wisatawan yang berkunjung ke Jogja karena semakin banyaknya orang yang juga memproduksi bakpia maka saatnya kita merubah bakpia yang tadinya tradisional menjadi nasional atau internasional. Para produsen harus mau berupaya lebih agar apa yang diproduksi tidak kalah baiknya dengan produk yang lainnya, semakin berinovasi semakin baik pula pasar yang akan tuju, karena dengan ciri yang berbeda dan harga serta kualitas yang baik pula tidak menutup kemungkinan produk bakpia yang akan selalu dicari oleh para konsumen. Kunci dari suksesnya suatu usaha adalah keinginan untuk semakin berkembang dengan tidak menyerah, terus memperluas segmen pasar, terus mau belajar dan berinovasi dengan produk yang dihasilkan.

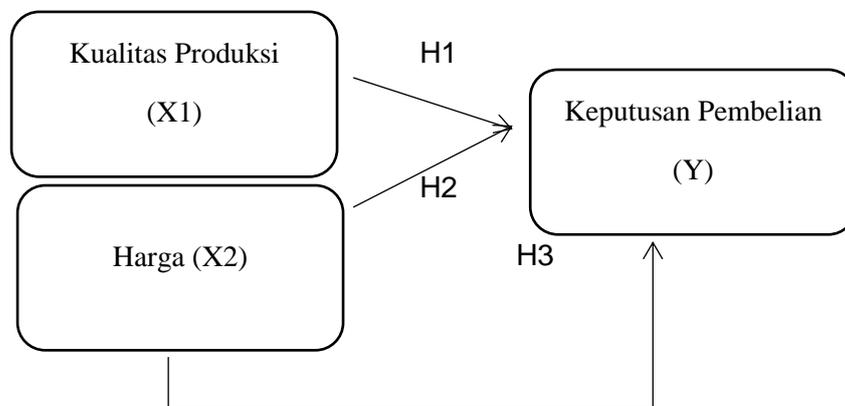
Perilaku konsumen berpengaruh kepada keputusan pembelian, hal tersebut adalah suatu pendekatan pada proses untuk melakukan keputusan pembelian. Menurut Mamang dan Sopiah (2013:332) dalam (Pegawai et al., 2019) proses pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu hal dengan menyatukan pengetahuan dan mengevaluasi dua perilaku alternatif atau memilih salah satunya. Berdasarkan (Manajemen et al., 2019) Ketetapan pembelian adalah proses dimana konsumen mengetahui penyebabnya, lalu menggali informasi tentang produksi dan merek untuk mencari alternatif yang bisa digunakan untuk menyelesaikan kegiatan yang menuju kepada keputusan pembelian.

Melihat keputusan diatas, masalah yang akan dikaji untuk analisis tersebut adalah: (1) Apakah keunggulan produksi berdampak positif terhadap keputusan pembelian Bakpia Sonder 543?, (2) Apakah harga berhubungan langsung terhadap keputusan pembelian

Bakpia Sonder 543?, (3) Apakah kualitas produksi lalu harga berdampak positif kepada keputusan pembelian Bakpia Sonder 543?. Sedangkan maksud yang ingin digapai dalam analisis ini yaitu : (1) untuk mencari tau apakah kualitas produk berdampak positif dan signifikan untuk Bakpia Sonder 543. (2) untuk menjelaskan apakah harga berkaitan kepada keputusan pembelian Bakpia Sonder 543, dan (3) untuk menjelaskan apakah kualitas produksi lalu harga berdampak positif untuk keputusan pembelian konsumen Bakpia Sonder 543.

B. KAJIAN LITERATUR

Kerangka analisis ini bermaksud untuk mencari tau tentang apakah keunggulan produksi dan harga berdampak baik kepada keputusan pembelian. Selaku sistematis seperti pada gambar dibawah ini :



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyono (2014:39), menyimpulkan jika hipotesis adalah jawaban sementara kepada rumusan masalah penelitian. Asumsisi dalam penelitian ini adalah bahwa : Dalam jurnal (Fatmaningrum et al., 2020) menemukan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif untuk Keputusan Pembelian konsumen. Melihat penjelasan diatas, maka asumsi yang dilakukan adalah **H1**: Kualitas produksi secara langsung berdampak positif untuk keputusan pembelian. Dari data yang didapatkan oleh (Anam et al., 2020) menyimpulkan jika harga berdampak positif untuk keputusan pembelian. Melihat penjelasan diatas, maka asumsi yang diajukan adalah **H2**: Harga secara langsung berdampak positif untuk keputusan pembelian konsumen. Sedangkan analisis yang disimpulkan oleh (Kualitas et al., 2020) menyimpulkan jika analisis kualitas produk lalu harga berdampak langsung kepada keputusan pembelian konsumen, baik langsung atau dengan statistik yang menggunakan SPSS versi 22.0. Berdasarkan analisis tersebut, maka analisis yang diajukan adalah **H3**: Produk lalu harga secara langsung berdampak untuk keputusan pembelian.

C. METODE PENELITIAN

Variabel Bebas merupakan variabel yang tidak berhubungan kepada variabel lainnya, dalam analisis ini variabel bebas ada pada pengaruh kualitas produksi (X1) dan



harga (X₂). Variabel Terkait atau dependen adalah hasil yang dipengaruhi oleh nilai pengetahuan bebas, ini terkait pada penelitian pada keputusan pembelian (Y).

Anggota didalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Bakpia Sonder 543 Sanggahan Ngampilan Yogyakarta. Analisis ini dijalankan dengan metode survei, dengan menarik contoh dari para konsumen luas dan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data untuk menganalisis hasil pada akhir.

Pada penelitian cara yang digunakan dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut (Nana & Elin, 2018) Metode penelitian kuantitatif adalah analisis yang berdasarkan pada prinsip *positivism*, dimanfaatkan untuk mengambil data menurut anggota atau contoh tertentu, lalu teknik pengumpulan sampel dilakukan secara acak, dan pengumpulan data penelitian analisis menggunakan kuantitatif/statistik bertujuan untuk membuktikan asumsi yang telah ditetapkan. Objek dari analisis ini adalah data hasil responden konsumen kepada hasil kualitas produksi dan harga kepada keputusan pembelian konsumen, karena hasil yang diperoleh adalah landasan untuk dapat mengetahui seberapa banyak respon yang ada dan untuk mengolah data untuk dijadikanya sebuah analisis.

Nilai Pengukuran instrumen digunakan terbedi dalam beberapa tingkatan yang diberi skor: Sangat Setuju(5), Setuju (4), Netral(3), Tidak Setuju(2), Sangat Tidak Setuju (1). Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang diberikan kepada konsumen Bakpia Sonder 543, tetapi sebelumnya diuji cobakan sampel dianalisis untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya.

Model regresi campuran diuji dengan asumsi klasik untuk mendapat model analisis yang tepat. Berikut uji asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu : 1) Uji Normalitas, menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. 2) Uji Multikolinieritas untuk melihat hasil Tolerance atau hasil VIF dengan bantuan komputer program SPSS. 3) Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari pengamatan ke pengamatan lain. 4) Uji Autokorelasi dilakukan dengan *Run test* bermaksud untuk memperoleh hasil data residual terjadi secara random atau tidak.

Untuk membuktikan hasil antara variabel bebas dengan variabel terikat, lalu harus melakukan persamaan regresi sederhana dengan rumus berikut :

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

Y = Keputusan Pembelian,

a= Keseluruhan persamaan regresi,

b₁ = Kontribusi besarnya Kualitas Produksi,

X₁ = Elastisitas Kualitas Produksi,

b₂ = Kontribusi besarnya Harga,

X₂ = Elastisitas Harga, Lalu dilakukan uji hipotesis dengan Uji t dan Uji F.



D. PEMBAHASAN ANALISIS DATA

Selama uji validitas dan uji reabilitas ini dilakukan dengan membagikan kuiser sebanyak 50 kuiser ke responden masyarakat luas sebagai pendukung untuk mencapainya kevalidan sebuah data untuk menguji sebuah data analisis, berikut hasil validitas dan reliabilitas penelitian.

1) Validitas & Reliabilitas

Tabel 1
Validitas

Uji Kualitas Produk				
Item	Person Corelation	R tabel	Sig. Hitung	Ket.
X1.1	0,724	0,279	0	Valid
X1.2	0,719	0,279	0	Valid
X1.3	0,664	0,279	0	Valid
X1.4	0,569	0,279	0	Valid
X1.5	0,723	0,279	0	Valid
X1.6	0,706	0,279	0	Valid
X1.7	0,583	0,279	0	Valid
X1.8	0,462	0,279	0,001	Valid
X1.9	0,568	0,279	0	Valid
X1.10	0,607	0,279	0	Valid

Uji Harga				
Item	Person Corelation	R tabel	Sig. Hitung	Ket.
X1.1	0,745	0,279	0	Valid
X1.2	0,692	0,279	0	Valid
X1.3	0,788	0,279	0	Valid
X1.4	0,69	0,279	0	Valid
X1.5	0,633	0,279	0	Valid
X1.6	0,71	0,279	0	Valid
X1.7	0,711	0,279	0	Valid
X1.8	0,701	0,279	0	Valid
X1.9	0,65	0,279	0	Vlid



Uji Keputusan Pembelian				
Item	Person Corelation	R tabel	Sig. Hitung	Ket.
Y1.1	0,73	0,279	0	Valid
Y1.2	0,77	0,279	0	Valid
Y1.3	0,749	0,279	0	Valid
Y1.4	0,618	0,279	0	Valid
Y1.5	0,628	0,279	0	Valid
Y1.6	0,739	0,279	0	Valid
Y1.7	0,759	0,279	0	Valid
Y1.8	0,661	0,279	0	Valid
Y1.9	0,799	0,279	0	Valid
Y1.10	0,688	0,279	0	Valid
Y1.11	0,715	0,279	0	Valid
Y1.12	0,753	0,279	0	Valid

SUMBER: SPSS versi 25, 2021

Melihat hasil data yang diperoleh dapat dinyatakan valid jika hasil variabel Kualitas produk, Harga dan keputusan pembelian dapat dinyatakan benar jika setiap pertanyaan mendapatkan hasil *person corelation* > 0,279.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Item	Crobach Alpha	Nilai	Ket.
KUALITAS PRODUK	0,829	0,60	RELIABEL
HARGA	0,871	0,60	RELIABEL
KEPUTUSAN PEMBELIAN	0,912	0,60	RELIABEL

Berdasarkan hasil dari data yang diolah variabel Kualitas Produk memiliki nilai *Cronchbach Alpha* dengan hasil 0,829 lalu variabel harga mendapatkan hasil 0,871 dan keputusan pembelian mendapatkan hasil 0,912. Apabila data hasil dinyatakan reliabel data tersebut sudah mendapatkan angka *cronbach alpha* > 0,6, maka dinyatakan jika semua variabel yang digunakan reliabel dan layak untuk mengetahui standar uji data

2) Uji Asumsi Klasik

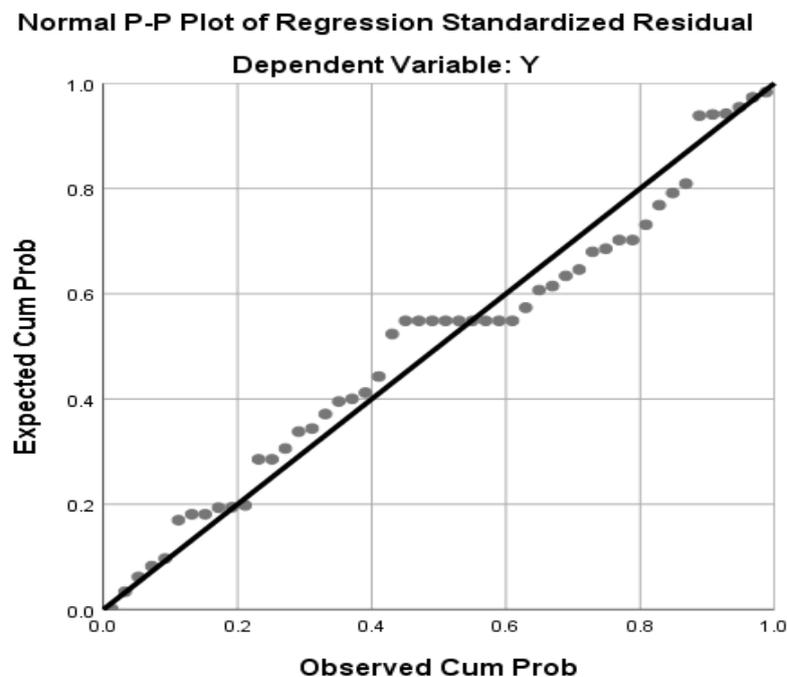
Tabel 3
 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67859810
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.094
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Sig. (2-tailed)		.184 ^c
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: IBM SPSS versi 25, 2021

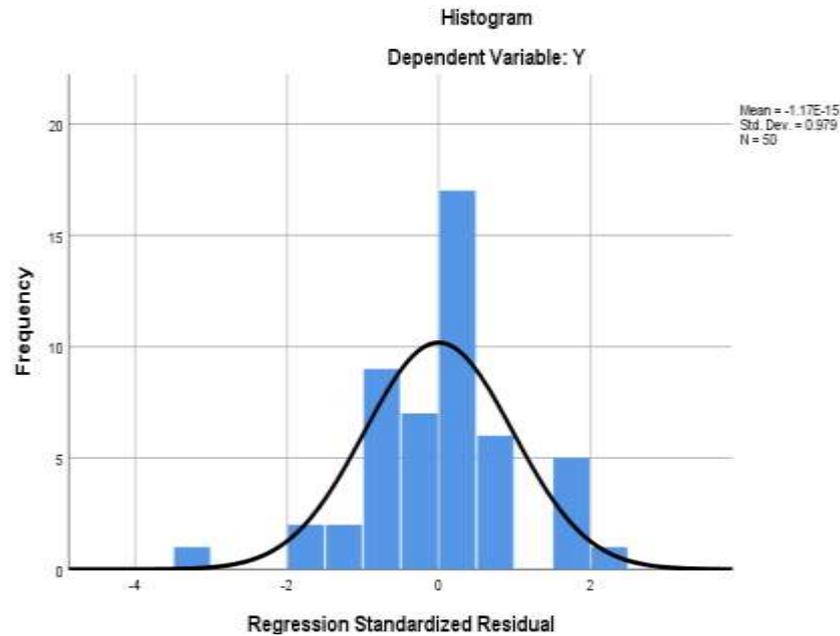
Berdasarkan Tabel 3 diketahui nilai *Asymp Sig.* sebesar $0,184 > 0,05$, dapat disimpulkan data residual mengikuti distribusi normal.

Selain menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dapat juga dilihat dari analisis grafik histogram digunakan untuk melihat *probability plot* yang telah membandingkan data berkelompok dari distribusi normal. Hasil grafik menjelaskan sebagai berikut :



Gambar 2 Grafik Scatterplot

Pada gambar 2 terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal, dapat dikatakan data penelitian sudah mempengaruhi hasil dari uji normalitas, sehingga dapat diolah dengan analisis regresi. Berikut ini hasil normalitas dengan histogram:



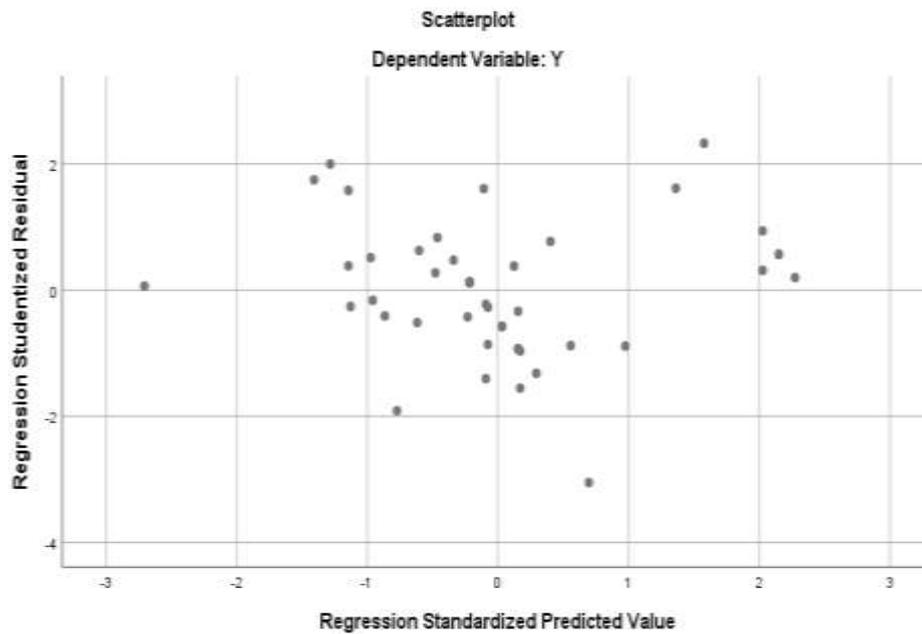
Gambar 3 Grafik Histogram

Tabel 4
 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.225	2.505		.090	.929		
	X1	.591	.111	.487	5.302	.000	.277	3.606
	X2	.665	.124	.494	5.377	.000	.277	3.606

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4 diketahui nilai VIF kualitas produk (X1) dan harga (X2) adalah $3.606 < 10$ dan nilai *Tolerance* $0,277 > 0,1$, maka data tersebut tidak terjadi Multikolinearitas sehingga data bisa digunakan sebagai penelitian



Gambar 4
Grafik Scartterplot

Hasil gambar 4 dapat dilihat jika pola menyebar di atas atau di bawah dan titik membentuk suatu pola tertentu, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas sehingga dapat disimpulkan data terbebas dari masalah heterokedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.943 ^a	.890	.885	1.714	2.050
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembeli					

Sumber: Output SPSS versi 25, penulis 2021

Berdasarkan hasil uji autokorelasi untuk nilai DW = 2,050, membandingkan dengan nilai signifikansi 5% (0,05) dan jumlah sampel 50 dan variabel independent 2 (K=2), didapatkan hasil dU dari tabel r = 1,628. DW lebih besar dari batas dU dan kurang dari (4-dU) = 4-1,628 = 2,372. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.225	2.505		.090	.929
	Kualitas Produk	.591	.111	.487	5.302	.000

	Harga	.665	.124	.494	5.377	.000
a. Variable: Keputusan Pembelian						

SUMBER: SPSS versi 25, 2021

Berikut adalah hasil dari olah data regresi linear campuran :

$$Y = 0,225 + 0,591X_1 + 0,664X_2$$

Y = Keputusan Pembelian,

a = 0,225

b₁ = 0,591

b₂ = 0,665

X₁ = Variabel Kualitas Produk

X₂ = Variabel Harga

Tabel 6
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.943 ^a	.890	.885	1.714
a. (Constant), Harga, Kualitas Produk				
b. Variable: Keputusan Pembelian				

SUMBER: SPSS versi 25, 2021.

Dari hasil Tabel 6 dinyatakan jika koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,885. Hasil dapat dikatakan valid jika variabel independen (kualitas produk dan harga), berpengaruh kepada variabel dependen (keputusan pembelian) 88,5%, sedangkan 11,5% lainnya yang dipengaruhi variabel lain di luar model.

4) Uji Hipotesis

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.225	2.505		.090	.929
	Kualitas Produk	.591	.111	.487	5.302	.000
	Harga	.665	.124	.494	5.377	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Dari hasil data uji t diketahui kualitas produk signifikansi 0,000 artinya lebih kecil dari 0,05 variabel kualitas produk (X₁) secara pengaruh signifikan kepada variabel keputusan pembelian (Y), sedangkan variabel harga memiliki nilai signifikansi 0,000 artinya lebih kecil dari 0,05 variabel harga (X₂) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1117.313	2	558.657	190.175	.000 ^b
	Residual	138.067	47	2.938		
	Total	1255.380	49			

Hasil dari data uji F diketahui nilai signifikansi pada variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Dari data yang diperoleh mulai dari menyebar kusioner dan mengerjakan menurut data yang didapat dari responden bahwa data kita valid, dengan data yang valid mempermudah dalam mengolah data agar lebih ringkas dan lebih gampang lagi. Karena hasil data pada akhir pengolahan yang mempengaruhi semua hasil dalam sebuah pembahasan, karena hasil akhir bertujuan untuk menyimpulkan semua data dalam sebuah artikel penelitian yang didapat.

Hasil pada data validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil yang positif atau valid yang mana hasil ini diperoleh dari menyebarkan kusioner untuk 50 orang dan hasil validitas dihasilkan. Berdasarkan hasil data validitas dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel X semuanya (r_{hitung}) > dari tabel r_{tabel} sebesar 0,279. Selain itu variabel keputusan pembelian (Y) r_{hitung} > dari pada r_{tabel} , juga menghasilkan nilai menghasilkan nilai semua jawaban yang diterima juga menghasilkan data yang positif. Hasil yang diperoleh ini bermaksud untuk membantu mempermudah olah data.

Kualitas produk kepada Keputusan pembelian, Melihat dari nilai statistik pada uji t dengan nilai sebesar 0,000 < 0,05 dapat diartikan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk yang bagus akan membuat calon pembeli mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut juga membantu produsen mendapatkan konsumen yang lebih luas lagi dari target.

Pengaruh harga kepada keputusan pembelian, Melihat dari nilai statistik pada uji t yaitu harga memberikan pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sebesar 0,000 < 0,05 hal ini berarti harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. hal ini juga dapat dikatakan harga yang ditawarkan toko bakpia sonder 543 terjangkau untuk semua kalangan sebanding dengan kualitas produk yang yang dihasilkan.

Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Melihat nilai statistik dari uji f yaitu simultan kualitas produk dan harga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan angka sebesar 0,000 angka tersebut lebih kecil dari 0,05 hal ini berarti kualitas produk dan harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Melihat hasil olah statistik pada hasil determinasi (*Adjusted R Square*) didapat data sebesar 0,885. Dapat dikatakan bahwa kontribusi variabel independen (kualitas produk dan harga), berperan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 88,5%, sedangkan 11,5% lainnya yang dipengaruhi variabel lain di luar model.



E. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh kami sebagai peneliti tentang Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada studi kasus Bakpia Sonder 543 Yogyakarta didapat kesimpulan sebagai berikut : (1) Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,000. (2) Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,000. (3) Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0,000.

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran dari kami yang bisa dipertimbangkan oleh toko Bakpia Sonder 543 bisa mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produknya lagi dengan harga yang terus kompetitif sehingga omset yang didapatkan dari keputusan konsumen untuk melakukan pembelian bisa dipertahankan dan juga terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118. <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Herawati, J. (2017). *Jurnal manajemen*. 7(1), 27–33.
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 38-45
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34
- Kualitas, P., Dan, P., & Terhadap, H. (2020). *KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA TYPE NMAX DI BANJARMASIN*. 13(2).
- Manajemen, P. S., Ekonomika, F., & Majalengka, U. (2019). *Pengaruh Strategi Harga Dan Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 05, No. 1 / Oktober 2021



Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online Pipih Sopiyan mengubah perilaku masyarakat terutama sangat cepat terutama pada cara konsumen. 3(103), 193–205.

- Nana, D., & Elin, H. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 288. <https://jurnal.unikal.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/1359>
- Pegawai, K., Kementerian, D. I., & Kabupaten, A. (2019). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*. 6(2), 34–42.
- Pt, O. F., Wajatama, K., & Steel, O. (2020). *May 2020 Revised: 25*. 1(6), 945–967. <https://doi.org/10.31933/DIJEMSS>
- Purnamasari, I.G.A Yulia, 2015. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1–12.
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).