



## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Jual Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan

Anton Sudrajat<sup>1</sup>, Andi Surya Rahmana<sup>2</sup>, Sugiyanto<sup>3</sup>

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten 15417, Indonesia

E-mail: [antonsudrajat87@gmail.com](mailto:antonsudrajat87@gmail.com)<sup>1</sup>, [andisurya1361@gmail.com](mailto:andisurya1361@gmail.com)<sup>2</sup>, [dosen00495@unpam.ac.id](mailto:dosen00495@unpam.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan. 2) Untuk mengetahui pengaruh harga jual produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan. 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga jual produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan sifat penelitian ini adalah asosiatif dengan metode kuesioner atau angket. Menggunakan statistik perangkat lunak yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan bertransaksi serta terdaftar sebagai pelanggan di *database* Toko Butik Ceria pada bulan Desember 2017 yang berjumlah 134 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan 5% didapat sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan. 2) Harga jual produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan. 3) Kualitas produk dan harga jual produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga Jual Produk, Keputusan Pembelian.

**Abstract::** *The objectives of this study are: 1) To determine the effect of product quality on consumer purchasing decisions at the Ceria Boutique Store Pondok Ranji, South Tangerang. 2) To determine the effect of the selling price of the product on consumer purchasing decisions at the Ceria Boutique Store Pondok Ranji, South Tangerang. 3) To determine the effect of product quality and product price simultaneously on consumer purchasing decisions at the Ceria Pondok Ranji Boutique Store, South Tangerang. The type of research used is quantitative and the nature of this research is associative with a questionnaire or questionnaire method. Using the software used to support this research is the SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 25 program. The population in this study are consumers who buy and transact and are registered as customers in the Ceria Boutique Store database in December 2017 which found 134 people. The sampling technique used in this study is the slovin formula with an error rate of 5%, obtained a sample of 100 respondents. The results of this study indicate that: 1) Product quality has an effect on consumer purchasing decisions at the Ceria Boutique Store Pondok Ranji, South Tangerang. 2) The selling price of the product has an effect on consumer purchasing decisions at the Ceria Boutique Store Pondok Ranji, South Tangerang. 3) The quality of the product and the selling price of the product simultaneously affect the purchasing decisions of consumers at the Ceria Boutique Shop, Pondok Ranji, South Tangerang.*

**Keywords:** Product Quality, Product Selling Price, Purchase Decision.



## PENDAHULUAN

Dengan semakin meningkatnya perekonomian Indonesia untuk menghadapi pemasaran global, setiap perusahaan saling bersaing berkompetisi untuk merebut hati konsumen agar merasa puas terhadap produk yang ditawarkan. Dalam hal ini menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi Indonesia di dalam pemasaran sudah dapat bersaing dengan perusahaan luar, dan ini dapat membuat timbulnya persaingan dalam bidang usaha. Tujuan perusahaan adalah mencapainya target penjualan produk di setiap bulannya. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar mencapai target penjualan ialah dengan menjalankan strategi pemasaran. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan bermacam-macam, salah satunya adalah Marketing Mix yaitu biasanya dijelaskan sebagai produk, harga, tempat dan promosi. Sebagai pengusaha kecil, perlu memutuskan dengan spesifik produk (atau jasa), harga yang sesuai, dimana dan bagaimana anda mendistribusikan produk anda, dan bagaimana orang lain dapat mengetahui tentang produk yang ditawarkan.

Produk adalah suatu barang/jasa yang dapat ditawarkan, dipasarkan, dijual belikan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya atau keinginan konsumen. Definisi lain, Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Daryanto, 2013:52). Menurut Kotler dan Armstrong (2012:349) Kualitas Produk adalah jenis produk dengan yang memiliki keunggulannya yang dapat ditawarkan kepada pelanggan. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2011:121) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Toko Butik Ceria merupakan suatu perusahaan grosir yang menjual bahan atau kain dengan berbagai macam pilihan kualitas produk dan harga yang berbeda-beda. Toko Butik Ceria sudah berdiri sejak tahun 2008, di Jalan Menjangan Raya Ruko Griya Aviva R8 Pondok Ranji Ciputat, Tangerang Selatan. Toko Butik Ceria didirikan oleh Bapak. Inu Amrizal dan Ibu Riska Amalia, awalnya mereka mendirikan sebuah usaha sablon kaos anak yang ternyata tidak bertahan lama, namun dengan pemikiran-pemikiran yang panjang, mereka berusaha untuk mengembangkan idea usaha mereka dari usaha sablon kaos anak menjadi menjual kain atau bahan. Toko Butik Ceria menawarkan produk bahan yang aman saat digunakan karena produk Toko Butik Ceria merupakan produk pilihan yang sudah dikenal. Dalam pembelian bahan atau kain, kalian harus melihat *thread count* dalam bahan tersebut. *Thread count* adalah jumlah kerapatan benang dalam inci persegi yang memanjang dan melintang, jika kita *zoom* maka akan terlihat jalinan benang secara *vertical* dan *horizontal*. Istilah *thread count* cukup dikenal dengan acuan dalam pembelian bahan, terutama bahan *sprei*. Semakin tinggi *thread count*, semakin bagus kualitas bahan, semakin tinggi pula harganya. Beberapa Jenis Kualitas bahan yang dimiliki pada Toko Butik Ceria:

**Tabel 1. Jenis Bahan Yang Dipakai Pada Toko Butik Ceria Pondok Ranji**

Jenis Bahan	Keterangan Kualitas Bahan
Katun Panca	65% katun 35% <i>polyster</i> , L: 240cm, 150-200 <i>thread count</i>
Katun Jepang	85% katun 15% <i>polyster</i> , L: 250cm, 400 <i>thread count</i>
Full Katun/Dobby	100% katun, L: 280cm. >400 <i>thread count</i>

**Sumber: Toko Butik Ceria Pondok Ranji 2018**

Dari Tabel diatas, di setiap katun memiliki kualitas produk yang berbeda-beda dan Toko Butik Ceria memiliki pilihan bahan dari kualitas rendah sampai dengan kualitas terbaik. Berikut Varian produk pada motif kain pada Toko Butik Ceria:



**Tabel 2. Jenis Varian Produk Pada Motif Bahan Toko Butik Ceria**

Jenis Bahan	2014		2015		2016	
	Varian Motif Dewasa	Varian Motif Anak	Varian Motif Dewasa	Varian Motif Anak	Varian Motif Dewasa	Varian Motif Anak
Katun Panca	168	83	154	67	132	49
Katun Jepang	58	15	41	6	28	-
Full Katun	3	-	2	-	1	-

**Sumber: Toko Butik Ceria Pondok Ranji 2018**

Dari tabel 2 Toko Butik Ceria memiliki kekurangan pada varian motif produk kain katun jepang dan full katun/dobby. Dimana pada *thread count* 400 hingga >400 tidak memiliki pilihan motif yang banyak. Sehingga sebagai konsumen tidak dapat membeli bahan dengan *thread count* terbaik.

Selain kualitas produk, harga pun sebagai pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk, didalam keputusan pembelian para konsumen. Konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap harga tergantung dari karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri), latar belakang (sosial, ekonomi, demografi), pengalaman (belajar, pengetahuan), serta pengaruh lingkungannya. Harga merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi dimana harga mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk. Harga yang ditetapkan diatas harga pesaing akan dipandang sebagai harga yang terlalu mahal, sementara harga yang ditetapkan dibawah harga pesaing akan dipandang sebagai produk yang murah atau dipandang sebagai produk yang berkualitas rendah. Menurut Philip Kotler (2012:132) Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Sedangkan menurut Basu Swastha (2010:147) Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan. Definisi menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah nominal yang harus dibayarkan oleh konsumen atas produk atau jasa yang akan didapatkannya atau telah didapatkannya untuk kebutuhan konsumen. Berikut macam-macam harga pada produk toko butik ceria:

**Tabel 3. Daftar Perbandingan Harga Toko Butik Ceria Pondok Ranji**

Tahun	Toko Butik	Katun Panca/m	Katun Jepang/m	Full Katun/Dobby/m
2015	Toko Cipadu/kompetitor	27.000	30.000	50.000
	Toko Butik Ceria	28.000	40.000	60.000
2016	Toko Cipadu/kompetitor	28.000	45.000	65.000
	Toko Butik Ceria	30.000	60.000	80.000
2017	Toko Cipadu/kompetitor	30.000	52.000	75.000
	Toko Butik Ceria	32.000	60.000	80.000

**Sumber: Toko Butik Ceria Pondok Ranji 2018**

Dari tabel 3 Harga dari pesaing terlihat lebih murah dibandingkan dengan harga Toko Butik Ceria. Dimana selisih harga bahan pada toko butik ceria dibandingkan dengan kompetitor ditahun 2015 dari Rp.1.000/m hingga Rp. 10.000/m. Pada tahun 2016, selisih harga dari Rp.2.000/m hingga Rp.15.000/m. Dan pada tahun 2017 terjadi selisih harga Rp. 2.000/m hingga Rp. 8.000/m. Dari selisih yang terbilang lumayan besar, maka konsumen akan memikirkan kembali untuk mengambil keputusan pembelian pada Toko Butik Ceria.

Variasi harga yang ditawarkan oleh butik ceria dikatakan seimbang dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen. Namun kebijakan dalam penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan masih belum optimal dibandingkan oleh pesaing, karena kebijakan yang telah diberikan oleh perusahaan masih belum bisa bersaing dengan kompetitor. Dimana kebijakan dari perusahaan belum bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan, dengan kata lain konsumen belum



terpuaskan dengan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Berikut tabel penjualan toko butik ceria:

**Tabel 4. Data penjualan dan Pembeli Toko Butik Ceria Pondok Ranji**

Tahun	Jumlah Konsumen/orang	Penjualan (Rp)	Persentase Penjualan
2015	1.232	7.530.000.000	-
2016	1.150	7.440.000.000	-0,98%
2017	1.115	7.290.000.000	-0,97%

**Sumber: Toko Butik Ceria Pondok Ranji 2018**

Berdasarkan tabel diatas penjualan toko butik ceria mengalami penurunan disetiap tahunnya pada tahun 2017. dimana toko butik ceria memiliki penjualan terendah Rp7.290.000.000 atau presentase sebesar -0,97% dengan jumlah konsumen yang datang 1.115 orang, dibandingkan pada tahun 2016 dengan penjualan Rp 7.440.000.000 atau presentase sebesar -0,98% dengan jumlah konsumen yang datang 1.150 orang, dan pada tahun 2015 dengan penjualan Rp 7.530.000.000 dengan jumlah konsumen yang datang 1.232 orang.

Dari data yang disajikan dari tabel-tabel sebelumnya perlu diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pada toko butik ceria mengalami fluktuatif penjualan setiap bulannya, agar mempermudah perusahaan meningkatkan penjualan dan mencapai tujuan dalam meningkatkan profitabilitas tercapai. Sehingga penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Jual Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan”**.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:29) berpendapat “Manajemen pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka agar tercipta suatu nilai dari para pelanggan tersebut”. Sedangkan menurut Basu Swastha (2014:27) mendefinisikan “Manajemen pemasaran merupakan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditunjukkan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan operasional organisasi”.

### Kualitas Produk

Menurut Fandy Tjiptono (2010:95), “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, dan dikonsumsi, sehingga dapat dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan”.

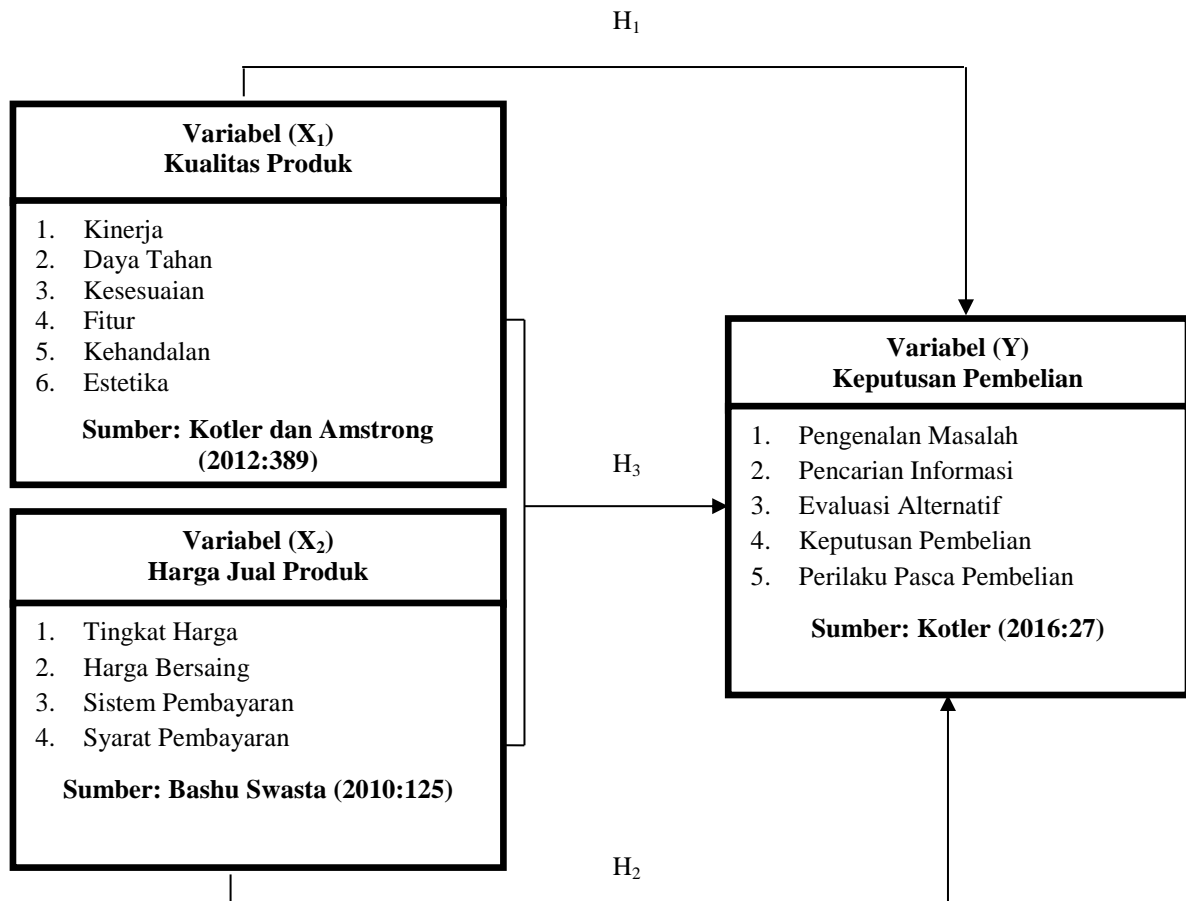
### Harga Jual Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2010:253) mengemukakan “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

### Keputusan Pembelian

Menurut Fandy Tjiptono (2014:21) “keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian”.

## Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

### Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014:64) mengatakan bahwa “hipotesis adalah pernyataan singkat yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti serta masih perlu diuji kebenarannya”. Maka hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan
- H<sub>2</sub>: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga jual produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan
- H<sub>3</sub>: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga jual produk secara simultan terhadap keputusan pembelian Konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang berupa angket. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden



untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016:142). Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah konsumen yang membeli dan bertransaksi serta terdaftar sebagai pelanggan di *database* Toko Butik Ceria pada bulan Desember 2017 yang berjumlah 134 orang, dengan rumus Slovin didapat sampel sebanyak 100 konsumen.

## Teknik Analisis Data

### Uji Validitas

Valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Instrumen penelitian diuji coba dengan tujuan untuk mengetahui apakah instrumen telah memenuhi persyaratan dilihat dari segi kesahihan/validitas maupun dari segi keterandalan/reliabilitasnya. Syarat uji validitas jika menggunakan SPSS adalah *Correlated* ini. Keputusan suatu instrument dikatakan valid dan tidaknya menurut Sugiyono (2013:173-174) yaitu dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ .

### Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2012:221) reliabilitas adalah “Sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”. Kriteria uji reliabilitas dalam penelitian ini, Kriteria uji reliabilitas dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2013:184) adalah 0,6.

### Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Duwi Priyatno (2012:73), “Analisis linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen”. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

### Uji Koefisien Determinasi

Menurut Andi Supangat (2011:350) “Koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen”. Digunakan rumus Koefisien Determinasi sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

### Uji Hipotesis (Parsial)

Uji t berarti melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

### Uji Hipotesis (Simultan)

Menurut Imam Ghozali (2013:98) Uji F adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independennya terhadap variabel dependennya.  $f_{hitung}$  hasil perhitungan ini dibandingkan dengan  $f_{tabel}$  yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% (0,05) atau dengan *degree freedom* =  $n - k$  dengan dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1) Analisis Deskriptif Kualitas Produk ( $X_1$ )

Peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 responden dengan 12 pernyataan, yang menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 248 dengan presentase 20,7%. Jawaban “Setuju” sebanyak 530 dengan presentase 44,2%. Jawaban “Ragu-Ragu” sebanyak 371 dengan presentase 30,9%. Jawaban “Tidak



Setuju” sebanyak 42 dengan presentase 3,5% dan jawaban “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 9 dengan presentase sebanyak 0,8%. Kualitas produk ( $X_1$ ) saat ini sudah Baik, hal ini terlihat dari total skor sebesar 4566 dengan rata-rata skor sebesar 3,83 dan masuk ke dalam rentang kategori Baik.

2) Analisis Deskriptif Harga Jual Produk ( $X_2$ )

Peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 responden dengan 12 pernyataan, yang menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 239 dengan presentase 19,9%. Jawaban “Setuju” sebanyak 554 dengan presentase 46,2%. Jawaban “Ragu-Ragu” sebanyak 374 dengan presentase 31,2%. Jawaban “Tidak Setuju” sebanyak 25 dengan presentase 2,1% dan jawaban “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 8 dengan presentase sebanyak 0,7%. Harga Jual Produk ( $X_2$ ) saat ini sudah Baik, hal ini terlihat dari total skor sebesar 4591 dengan rata-rata skor sebesar 3,83 dan masuk ke dalam rentang kategori Baik.

3) Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian(Y)

Peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 responden dengan 12 pernyataan, yang menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 297 dengan presentase 24,8%. Jawaban “Setuju” sebanyak 580 dengan presentase 48,3%. Jawaban “Ragu-Ragu” sebanyak 309 dengan presentase 25,8%. Jawaban “Tidak Setuju” sebanyak 12 dengan presentase 1% dan jawaban “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 2 dengan presentase sebanyak 0,2%. Keputusan pembelian (Y) saat ini sudah Baik, hal ini terlihat dari total skor sebesar 4758 dengan rata-rata skor sebesar 3,97 dan masuk ke dalam rentang kategori Baik.

## Uji Validitas

**Tabel 5 Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian**

<b>Kualitas Produk (<math>X_1</math>)</b>			
No Kuisisioner	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0.304	0,197	Valid
2	0.569	0,197	Valid
3	0.513	0,197	Valid
4	0.709	0,197	Valid
5	0.375	0,197	Valid
6	0.436	0,197	Valid
7	0.325	0,197	Valid
8	0.553	0,197	Valid
9	0.484	0,197	Valid
10	0.389	0,197	Valid
11	0.608	0,197	Valid
12	0.474	0,197	Valid
<b>Harga Jual Produk (<math>X_2</math>)</b>			
1	0.473	0,197	Valid
2	0.566	0,197	Valid
3	0.435	0,197	Valid
4	0.573	0,197	Valid
5	0.507	0,197	Valid
6	0.496	0,197	Valid
7	0.670	0,197	Valid
8	0.525	0,197	Valid
9	0.576	0,197	Valid
10	0.471	0,197	Valid
11	0.641	0,197	Valid
12	0.581	0,197	Valid
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>			



1	0.465	0,197	Valid
2	0.686	0,197	Valid
3	0.425	0,197	Valid
4	0.689	0,197	Valid
5	0.565	0,197	Valid
6	0.372	0,197	Valid
7	0.608	0,197	Valid
8	0.327	0,197	Valid
9	0.507	0,197	Valid
10	0.436	0,197	Valid
11	0.489	0,197	Valid
12	0.367	0,197	Valid

Sumber : Output SPSS yang di olah 2018

Melihat tabel hasil uji validitas instrumen Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga Jual Produk ( $X_2$ ) Keputusan Pembelian (Y) yang terdapat 36 (Tiga Puluh Enam) instrumen pernyataan menunjukkan bahwa, seluruh butir instrumen memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  0,197 maka butir instrument dinyatakan valid, artinya seluruh instrumen pernyataan kuesioner yang digunakan sudah tepat dalam mengukur variabel penelitian

### Uji Reliabilitas

Tabel 6. Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Alpha Cronbacch	Syarat	Keterangan
1	Kualitas Produk ( $X_1$ )	0,696	0,60	Reliabel
2	Harga Jual Produk ( $X_2$ )	0,780	0,60	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,725	0,60	Reliabel

Sumber : Output SPSS yang di olah 2018

Melihat hasil tabel di atas menunjukkan bahwa, instrumen variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga Jual Produk ( $X_2$ ) Keputusan Pembelian (Y) yang terdiri dari 36 (Tiga Puluh Enam) pernyataan menunjukkan koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* untuk semua variabel  $> 0,60$  maka instrument dinyatakan reliabel, artinya instrumen yang digunakan handal dan tetap konsisten sebagai alat pengumpul data.

### Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.880	3.214		4.007	.000
	Kualitas Produk (X1)	.391	.075	.421	5.209	.000
	Harga Jual (X2)	.367	.070	.424	5.248	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Output SPSS yang di olah 2018

Melihat tabel di atas diketahui persamaan regresi berganda  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$  adalah  $Y = 12,880 + 0,291 X_1 + 0,367 X_2 + e$ . Persamaan ini dapat disimpulkan bahwa, terdapat arah pengaruh yang positif antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga Jual Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Persamaan regresi berganda ini dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 12,880 menyatakan bahwa tanpa ada variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga jual produk ( $X_2$ ) maka keputusan pembelian (Y) tetap terbentuk sebesar





12,880 atau jika nilai kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga jual produk ( $X_2$ ) nilainya = 0 maka keputusan pembelian tetap memiliki nilai = 12,880. Yang artinya konsumen akan tetap membeli produk di Toko Butik Ceria meskipun kualitas produk dan harga jual produk yang diberikan masih kurang.

- 2) Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,291. Artinya jika variabel kualitas produk ( $X_1$ ) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel harga jual produk ( $X_2$ ), tetap, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,291.
- 3) Variabel harga jual produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,367. Artinya jika variabel harga jual produk ( $X_2$ ) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) tetap, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,367.

## Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 <sup>a</sup>	.549	.540	3.005

a. Predictors: (Constant), Harga Jual (X2), Kualitas Produk (X1)

**Sumber : Output SPSS yang di olah 2018**

Berdasarkan tabel di atas hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0.540. Hal ini berarti 54% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel  $X_1$  (kualitas produk) dan  $X_2$  (harga jual produk) sedangkan sisanya 46% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti misalnya promosi, Lokasi dan ketersediaan produk.

## Uji Koefisien Hipotesis (Parsial)

**Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.880	3.214		4.007	.000
	Kualitas Produk (X1)	.391	.075	.421	5.209	.000
	Harga Jual (X2)	.367	.070	.424	5.248	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

**Sumber : Output SPSS yang di olah 2018**

Pengaruh dari masing-masing variabel  $X_1$  (kualitas produk) dan  $X_2$  (harga jual produk) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikansi (probabilitas) dimana semua variabel mempunyai arah yang positif dan berpengaruh signifikan karena nilai signifikansi < 0,05. atau pada t tabel dengan nilai signifikansi 0,05 maka diperoleh t tabel 1,985 atau =TINV(0,05;97):

- 1) Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian. Hasil uji parsial (uji t) antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (5,209 > 1,985) dan sig < 0,05 (0,000 < 0,05) sehingga  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima yaitu



- “terdapat pengaruh kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan”
- 2) Pengaruh harga jual produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian. Hasil uji parsial (uji t) antara harga jual produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $5,248 > 1,985$  dan nilai  $sig < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yaitu “terdapat pengaruh harga jual produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan”

## Uji Koefisien Hipotesis (Simultan)

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1066.247	2	533.124	59.025	.000 <sup>b</sup>
	Residual	876.113	97	9.032		
	Total	1942.360	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga Jual (X2), Kualitas Produk (X1)

### Sumber : Output SPSS yang di olah 2018

Dari hasil uji F dapat diperoleh nilai  $F_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $59,025 > 3,09$  dan nilai  $sig < 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$  "terdapat pengaruh kualitas produk dan harga jual secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan".

## KESIMPULAN

**Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.**

- 1) Harga jual produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 2) Kualitas produk dan harga jual produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## SARAN

- 1) Butik Ceria harus meningkatkan kembali kualitas produk terutama tentang bahan yang digunakan tidak tahan lama dan gampang sobek atau rusak sehingga konsumen tidak merasa nyaman menggunakan sprei, handuk atau kebutuhan yang dia kenakan. Walaupun sudah memiliki desain yang menarik, namun alangkah baiknya Butik Ceria harus memilih bahan yang bagus dan tidak mudah rusak sehingga ketika di gunakan oleh konsumen bisa lebih nyaman dan tidak cepat rusak atau sobek.
- 2) Butik Ceria harus memperhatikan kembali harga jual yang ada pada produk di Butik Ceria karena konsumen merasa harga yang ditawarkan oleh Butik Ceria terlalu mahal dan tidak terjangkau jika dibandingkan dengan butik yang lainnya sehingga konsumen tidak tertarik membeli produk yang ada di Butik Ceria. Namun alangkah baiknya Butik Ceria lebih memperhatikan harga yang ditetapkan terutama harus memperhatikan bahan yang digunakan karena konsumen merasa Produk yang di jual oleh Butik Ceria lebih mahal jika dibandingkan dengan butik yang lainnya dengan kualitas yang sama.

- 3) Masih banyak konsumen yang masih mempertimbangkan untuk membeli produk yang ada di Butik Ceria, karena konsumen merasa bahwa bahan yang digunakan untuk membuat produk yang ada di Butik Ceria tidak nyaman dan mudah rusak ketika digunakan. Ini menjadi perhatian tersendiri untuk Butik Ceria agar lebih selektif memilih bahan yang digunakan supaya konsumen lebih yakin memilih Butik Ceria sebagai butik yang memiliki kualitas yang bagus dan memiliki bahan yang kuat dan tahan lama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. 2004. *“Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek”*. Edisi Pertama. Mitra Utama, Jakarta..
- Algifari, 2010, *“Analisis Regresi”*, Yogyakarta, 2010.
- Alma, Buchori, *“Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa”*, CV. Alfabetha, Bandung, 2011.
- Anggraeni, F. N. (2020). DETERMINAN MOTIVASI INTERNAL TERHADAP KINERJA. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(2), 161-170.
- Anggraeni, F. N. (2020). SURVEY MOTIVASI KERJA DRIVER OJEK ONLINE GRAB. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 251-260.
- Anggranej, F. N. (2020). REALITAS KOMPETENSI GURU PASCA SERTIFIKASI. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(4), 331-340.
- Angipora Marius P. *“Dasar-Dasar Pemasaran”*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012.
- Arikunto, Suharsimi, *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2012.
- Astuti, Dwi, Yetti. 2014. *“Analisis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Sanqua”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- David W. Craven *“Strategic Marketing”*, Mc-Graw Hill International, 2014.
- Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko, T. Hani. 2013. *“Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen”*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- G.R. Terry, & Rue, Leslie W. Rue, *“Dasar-dasar Manajemen”*, Bumi Aksara, Jakarta 2013.
- Ghozali, Imam, *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”*, Edisi Kelima, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2011
- Griffin, Jill. 2012. *“Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It”*. Simon and Chuster. Inc. New York.
- Harras, H., Sugiarti, E., & Wahyudi, W. (2020). Kajian Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Mahasiswa.
- Hasan, Ali. 2013. *“Marketing”*. Media Utama., Yogyakarta.
- Hasibuan, SP, *“Dasar-dasar Perbankan”*, Haji Masagung, Jakarta, 2012.
- Hurriyati, Ratih, *“Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen”*, CV. Alfabetha, Bandung, 2012.
- Keller dan Armstrong, *“Prinsip-prinsip Pemasaran”*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Erlangga, Jakarta, 2012.
- Kotler, Philip, *“Manajemen Pemasaran”*, Edisi Keempat belas, PT. Indeks, Jakarta, 2012.

- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. 2003. *“Dasar-Dasar Pemasaran”*. Alih Bahasa. PT Indeks. Edisi 9, Jakarta.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. 2013. *“Manajemen Pemasaran”*. Erlangga. Edisi 13. Jakarta.
- 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., Sutarman, A., & Sunardi, N. Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction.
- Lupiyoadi, Rambat, 2012. *“Manajemen Pemasaran Jasa”*. Edisi Kedua. Salemba Empat, Jakarta.
- Marhaeni. 2015. *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Persatuan Cinere”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Mukrodi, M. (2019). Membangun Motivasi Kerja. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(4), 431-440.
- Mukrodi, M., & Wahyudi, M. (2018). PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA SERTA IMPLIKASINYA PADA KOMITMEN PEGAWAI DI KANTOR-KANTOR KEMENTERIAN AGAMA SE PROPINSI BANTEN. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(1).
- Nardi Sunardi Et Al (2020). Determinants of Debt Policy and Company's Performance, *International Journal of Economics and Business Administration* Volume VIII Issue 4, 204-213
- Nurkhasanah. 2016. *“Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Nokia Di Semarang”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Prasetyo, Sigit. 2016. *“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mitra 10 Cabang Bintaro”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang.
- Purwaningsih. 2014. *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Aneka Food Jakarta”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Rusilowati, U., & Wahyudi, W. (2020, March). The Significance of Educator Certification in Developing Pedagogy, Personality, Social and Professional Competencies. In *2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019)* (pp. 446-451). Atlantis Press.
- S Sugiyanto, FdFebrianti - The Indonesian Accounting Review, 2021 the Effect Of Green Intellectual Capital, Conservatism, Earning Management, To Future Stock Return And Its Implications On Stock Return
- Santoso. 2014. *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indolam Industries”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Simamora, Bilson, *“Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen”*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013.
- Singgih Santoso, *“SPSS Statistik Parametrik”* Cetakan Kedua, PT. Elek Media
- Sudjana, *“Metode Statistika”*, Penerbit Tarsito. Bandung. Edisi 6. 2005

- Sugiarto, T., Madu, L., & Subagyo, A. (2018). International Application Model Short-Long Term Between GDP and Consumption: Case Study Indonesia. *Economics*, 6(1), 81-90.
- Sugiyanto, S., Putri, A., & Kartolo, R. (2021). Potensi Kekayaan Intelektual Pada Pemberdayaan Umkm Dan Koperasi Kota Tangerang Selatan. *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1).
- Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D", Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2014.
- Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D", Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2012.
- 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).
- Swastha, Bashu dan T. Handoko, "Manajemen Pemasaran Modern", BPFE, Yogyakarta, 2010..
- Syofian Siregar, "Statistika Deskriptif Untuk Penelitian", PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, "Service Quality and Satisfaction", Edisi tiga, Andi, Jakarta, 2012.
- Umar, Husen, "Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013.
- Usmara, "Strategi Baru Manajemen Pemasaran", Amoro book, Yogyakarta, 2013.
- Wahyu, W., & Salam, R. (2020). KOMITMEN ORGANISASI (Kajian: Manajemen Sumber Daya Manusia).
- Wahyudi, M. (2018). DETERMINAN KOMITMEN ORGANISASI DOSEN DI WILAYAH KOPERTIS IV. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(1).
- Wahyudi, M., Mukrodi, M., Harras, H., & Sugiarti, E. (2020). Wirausaha Muda Mandiri: Learning, Sharing & Practice. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(1), 101-110.
- Zeithaml & Bitner, "Service Marketing", McGraw Hill Companies, Singapore, 2013.