HUMANIS
(Humanities, Management and Science Proceedings)

Vol. 6 • No. 2 • Juni 2026

Pege (Hal.) : 204 – 212

ISSN (online) : 2746 - 4482
ISSN (print) : 2746 - 2250

Special Issue :
Webinar Nasional
HUMANIS 2026

Program Pascasarjana Magister Manajemen
Jl. Raya Puspiptek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310,
Email : humanismanajemen@gmail.com
Website:http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat

Semangat Telaumbanua[1)]; Yeni Pebriani[2)]; Dewi Tresnowati[3)]; Unggul Jati Hutomo[4)]; Aat Andriatna[5)]

Universitas Pamulang,
semangattelaumbanua999@gmail.com[1)] pebrianiebi02@gmail.com[2)] dewitres0510@gmail.com[3)]
unggulhutomo@gmail.com[4)] aatandriatna@gmail.com[5)]

Abstract. *This study aims to determine the effect of product quality and price on consumer purchasing decisions at Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat. This research uses quantitative methods. The sampling technique used the Rao Purba formula and obtained a sample of 96 respondents. The result on this study indicate that Product Quality has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions where the partial effect coefficient of determination is obtained at a value of 0,560 or 56%. Partial hypothesis testing obtained the value of t-value > t-table (10.932 > 1.985) and sig (0,000 < 0,050) thus Ho is rejected and Ha is accepted. Price has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions where the partial effect coefficient of determination is obtained at 0,508 or 50,8%. Partial hypothesis testing obtained the value of t-value > t-table (9.860 > 1.985) and sig (0,000 < 0,050) thus Ho is rejected and Ha is accepted. Product quality and price have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions where the coefficient of determination is obtained simultaneously at 0,590 or 59%. Hypothesis testing is simultaneously influenced by the value of F-value > F-table (59.257 > 3.094) and sig (0,000 < 0,050) thus Ho is rejected and Ha is accepted. This means that product quality and price have a positive and significant effect simultaneously on consumer purchasing decisions.*

Keywords: *Product Quality; Price; Purchase Decision.*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Rao Purba dan diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dimana diperoleh nilai koefisien determinasi berpengaruh parsial diperoleh nilai sebesar 0,560 atau 56%. Uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai* $t_{hitung} > t_{tabel}$ *(10.932 > 1.985) dan sig (0,000 < 0,050) dengan demikian* H_0 *ditolak dan* H_a *diterima. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dimana diperoleh nilai koefisien determinasi berpengaruh parsial sebesar 0,508 atau 50,8%. Uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai* $t_{hitung} > t_{tabel}$ *(9.860 > 1.985) dan sig (0,000 < 0,050) dengan demikian* H_0 *ditolak dan* H_a *diterima. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dimana diperoleh nilai*

koefisien determinasi berpengaruh simultan sebesar 0,590 atau 59%. Uji hipotesis secara simultan dipengaruhi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (59.257 > 3.094) dan sig (0,000 < 0,050) dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima. Artinya kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang terus berkembang, persaingan bisnis kuliner semakin ketat sehingga pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif serta mampu memahami kebutuhan dan kepuasan konsumen. Pemasaran menjadi aspek penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dan mencapai tujuan laba. Dalam hal ini, kualitas produk dan harga merupakan dua faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen melalui aspek seperti daya tahan, keandalan, dan kemudahan penggunaan (Ibrahim, 2024). Sementara itu, harga merupakan nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk, yang juga berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian (Pratiwi et al., 2020)

Rumah makan Bakso Roso Eco sebagai salah satu UMKM yang berdiri sejak tahun 2010 mengalami penurunan penjualan yang sangat dramatis sejak tahun 2021. Berikut data penjualan Bakso Roso Eco dari tahun 2020 sampai tahun 2024.

Tabel 1. Data Penjualan Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat dari Tahun 2020-2024

Tahun	Penjualan (%)
2020	101%
2021	75%
2022	70%
2023	80%
2024	84%

Sumber: Data Penjualan Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat Tahun 2020-2024

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa data penjualan pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat mengalami penurunan yang sangat signifikan. Dimana penjualan menunjukkan bahwa setelah mencapai 101% pada tahun 2020, realisasi penjualan menurun hingga 75% pada 2021 dan belum kembali mencapai target hingga 2024.

Meskipun demikian, penurunan penjualan pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat belum dapat menggambarkan tingkat Keputusan pembelian secara langsung, sehingga dilakukan pra-survey untuk memperoleh gambaran awal Keputusan pembelian konsumen yang disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian Konsumen pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat

No	Pernyataan Keputusan Pembelian Konsumen	Jumlah (Orang)		Jumlah Peserta (%)	Keterangan
		Ya	Tidak		
1	Tujuan Keinginan untuk membeli bakso di Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat karena kebutuhan.	8 26%	22 74%	30 100%	Tidak Tercapai
2	Kemantapan Produk Keinginan untuk membeli bakso di Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat karena memiliki rasa yang enak dan harga yang terjangkau.	7 24%	23 76%	30 100%	Tidak Tercapai

No	Pernyataan Keputusan Pembelian Konsumen	Jumlah (Orang)		Jumlah Peserta (%)	Keterangan
		Ya	Tidak		
3	Rekomendasi Saya memberikan rekomendasi kepada teman, keluarga, saudara, untuk membeli bakso di Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat karena memiliki harga yang ekonomis dan sesuai dengan kualitas produk.	9 30%	21 70%	30 100%	Tidak Tercapai
4	Pembelian Ulang Merasa puas setelah menikmati bakso di Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat dan melakukan pembelian ulang.	12 40%	18 60%	30 100%	Tidak Tercapai
	Jumlah	120/4 30%	280/4 70%	100%	Tidak Tercapai

Sumber: Data Pra-Survey Keputusan Pembelian Konsumen pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat 2025

Berdasarkan hasil pra-survei diatas, dapat dilihat bahwa 70% konsumen menjawab tidak setuju dan 30% menjawab setuju. Persentase yang paling tinggi berada pada indikator kemantapan produk sebanyak 76% konsumen tidak setuju kalau Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat memiliki rasa yang enak dan harga yang terjangkau. Artinya, Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat perlu lebih fokus dalam menjaga kemantapan produknya yang bisa menarik minat konsumen baru dan mempertahankan pelanggan setia. Keputusan pembelian yang diharapkan sekitar 80% hingga 100%.

Dengan demikian, penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam melalui penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat".

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Mardiana, A., & Faroh, W. N. (2024), Pada penelitian Oktaviani, A. P. (2023) juga mendapatkan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Abdiguna & Faroh, 2023). Untuk simultan (secara bersamaan), Mardiana, A., & Faroh, W. N. (2024) dan Oktaviani, A. P. (2023), mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk Bakso Roso Eco terhadap Keputusan pembelian konsumen?
2. Apakah terdapat pengaruh harga Bakso Roso Eco terhadap Keputusan pembelian konsumen?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga Bakso Roso Eco terhadap Keputusan pembelian konsumen?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk Bakso Roso Eco terhadap Keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga Bakso Roso Eco terhadap Keputusan pembelian konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga Bakso Roso Eco terhadap Keputusan pembelian konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA ATAU LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, baik dari segi daya tahan, keandalan, maupun kemudahan penggunaan.

Menurut (Ibrahim, 2024), kualitas produk adalah persepsi konsumen terhadap nilai dan keunggulan suatu produk yang mampu memberikan kepuasan sesuai harapan. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

Harga

Harga merupakan nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Harga memiliki peran penting dalam memengaruhi persepsi konsumen serta keputusan pembelian.

Menurut (Ilmiah & Dan, 2025), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk akan meningkatkan minat beli konsumen.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses yang dilakukan konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk berdasarkan kebutuhan, keinginan, serta pertimbangan tertentu.

Menurut (Reni, 2022), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli produk setelah melalui beberapa tahapan sebelumnya seperti pengenalan masalah, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018).

Peneliti melakukan penelitian di Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat yang berlokasi di jalan Bukit Indah Raya Ciputat, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Menurut (Sugiyono (2019:109) “Populasi adalah keseluruhan objek penelitian, apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi”. Menurut Sugiyono (2022:81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti. Menurut Purba (Sujarweni, 2015:155) “Apabila populasi dalam suatu penelitian jumlahnya tidak diketahui dengan pasti, maka untuk pengambilan ukuran sampel penelitian ditentukan dengan rumus Rao Purba. Maka didapatkan sampel sebanyak 96 responden.

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa pengumpulan data adalah mencari, mencatat dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan kondisi di lapangan melalui berbagai teknik seperti observasi, wawancara, dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan meliputi: uji instrumen data (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, uji heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji analisis koefisien korelasi, uji analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

(Sugiyono, 2021) menjelaskan bahwa terdapat beberapa ketentuan yang harus diperhatikan dalam membandingkan r hitung dengan r tabel untuk menetapkan validitas suatu instrumen:
a. Jika r hitung > r tabel, maka instrumen valid.
b. Jika r hitung < r tabel, maka data dikatakan tidak valid.

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	12	0,361 – 0,564	0,200	Valid
Harga	8	0,442 – 0,586	0,200	Valid
Keputusan Pembelian	8	0,416 – 0,609	0,200	Valid

Sumber: Data diolah di Spss 20 (2025)

Berdasarkan tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa semua nilai r hitung > nilai r tabel (0,200). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat item yang perlu dihapus, sehingga seluruh pernyataan dapat digunakan dalam model pengujian.

Uji Reliabilitas

Duli (2019:106) menyatakan bahwa realibilitas adalah alat uji untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama juga.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai r tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk (X_1)	0,698	0,60	Reliabel
2	Harga (X_2)	0,678	0,60	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,663	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah di Spss 20 (2025)

Berdasarkan tabel 4 di atas, menunjukkan bahwa masing-masing variabel citra sekolah, kualitas pelayanan, dan kepuasan wali murid, memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Hal ini berarti bahwa seluruh item dianggap reliabel, sehingga seluruh pernyataan dapat diterapkan dalam keseluruhan model pengujian dan tidak ada hal yang perlu dihilangkan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam uji normalitas peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan program SPSS versi 20.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,879 > 0,050, sehingga data penelitian dinyatakan berdistribusi normal. Hal ini juga didukung oleh grafik *Normal Probability Plot* yang menunjukkan titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal .

Selanjutnya, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Tolerance sebesar 0,112 > 0,10 dan VIF sebesar 8,930 < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi .

Pada uji heteroskedastisitas, berdasarkan *grafik scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi memenuhi asumsi klasik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.631	2.200		1.196	.235
1 Kualitas Produk	.540	.163	.681	3.313	.001
Harga	.730	.090	.646	.8.069	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber: Data diolah di Spss 20 (2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=0,631 + 0,540 (X_1) + 0,730 (X_2) + e$$

Dari hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_1), dan harga (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y) secara linear.

Uji Hipotesis
Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel Kualitas Produk (X1)

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. H0: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat.
b. Ha: Terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat.

Adapun hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20 adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Variabel Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.536	2.173		1.167	.246
	Kualitas Produk	.594	.054	.748	10.932	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian)
Sumber: Data diolah di Spss 20 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8, diperoleh hasil yang bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (10,932 > 1,985), hal ini diperkuat oleh nilai signifikansi < 0,050 atau (<0,000 < 0,050). Dengan demikian, maka Ho di tolak dan Ha diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel Harga (X_2)

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Variabel Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.866	2.073		2.829	.006
	Harga	.760	.077	.713	9.860	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber: Data diolah di Spss 20 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 9, diperoleh hasil bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (9,860 > 1,985), ini diperkuat oleh nilai signifikansi < 0,050 atau (<0,000 < 0,050). Oleh karena itu, maka Ho di tolak dan Ha diterima. Hasil tersebut menandakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konssumen.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1460.684	2	730.342	59.257	.000[b]
	Residual	1146.222	93	12.325		
	Total	2606.906	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)
Sumber: Data diolah di Spss 20 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 10, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (59,257 > 3,094), hasil ini juga diperkuat dengan Sig. (<0,000 < 0,050). Dengan demikian, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menandakan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis parsial pada variabel kualitas produk. Dapat disimpulkan bahwa hasil uji koefisien korelasi kualitas produk sebesar 0,748, menunjukkan **hubungan positif dengan tingkat hubungan kuat** antara variabel kualitas produk dan Keputusan pembelian konsumen. Hasil uji determinasi sebesar R = 0,748 dan koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,560. Perihal ini mengindikasikan bahwa variabel kualitas produk memberikan kontribusi terhadap Keputusan pembelian konsumen sebesar 56% sedangkan sisanya sebesar (100% - 56% = 44%) dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji hipotesis parsial pada variabel kualitas produk menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (10,932 > 1,985) atau nilai Sig <0,000 < 0,050, maka Ho di tolak dan Ha diterima. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y).

Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis pasrsial pada variabel harga. Dapat disimpulkan bahwa hasil uji koefisien korelasi harga sebesar 0,713, menandakan **hubungan positif dengan tingkat hubungan yang kuat** antara variabel harga dan Keputusan pembelian konsumen. Hasil uji determinasi sebesar R = 0,713 dan koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,508. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan wali murid sebesar 50,8% sedangkan sisanya sebesar (100% - 50,8% = 49,2%) dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji hipotesis parsial harga menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (9,860 > 1,985) atau nilai Sig <0,000 < 0,050, maka Ho di tolak dan Ha diterima. Berdasarkan hasil tersebut, kesimpulannya bahwa variabel harga (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y).

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis simultan pada variabel kualitas produk dan harga. Diperoleh persamaan uji regresi linear berganda sebesar Y = 0,631 + 0,540 (X_1) + 0,730 (X_2) + e. Hasil uji determinasi kualitas produk dan harga nilai R = 0,752 dan koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,590. Maka kesimpulannya bahwa kualitas

produk dan harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen sebesar 59% sedangkan sisanya sebesar (100% - 59% = 41%) dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji simultan kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian konsumen sebesar nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (**59,257 > 3,094) atau Sig.** < 0.000 < 0.050, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Berdasarkan hasil uji tersebut, kesimpulannya bahwa kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y).

Kesimpulan

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Nilai determinasi sebesar 56% sisanya sebesar (100% - 56% = 44%) . Uji hipotesis diperoleh t_{hitung} 10,932 > t_{tabel} 1.985 atau nilai Sig <0,000 < 0,050. Dengan demikian Ho di tolak dan Ha diterima. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Nilai koefisien determinasi sebesar 50,8% sisanya sebesar (100% - 50,8% = 49,2%). Uji hipotesis diperoleh t_{hitung} 9,860 > t_{tabel} 1.985 atau nilai Sig <0,000 < 0,050. Dengan demikian Ho di tolak dan Ha diterima, hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat.
3. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan persamaan regresi sebesar Y = 0,631 + 0,540 (X_1) + 0,730 (X_2) + e. Nilai koefisien determinasi sebesar 59% sisanya sebesar (100% - 59% = 41%). Uji hipotesis diperoleh nilai F_{hitung} 59,257 > F_{tabel} 3,094 atau Sig. < 0.000 < 0.050. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signfikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bakso Roso Eco Bukit Indah Ciputat.

Reference

Abdiguna, S., & Faroh, W. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT MOB Tangerang. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen*, *3*(4), 779–792.

Duli, N. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF: BEBERAPA KONSEP DASAR UNTUK PENULISAN SKRIPSI & ANALISIS DATA DENGAN SPSS*. Penerbit DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).

Ibrahim, D. (2024). Persepsi Nilai dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, *11*(2), 95–101.

Ilmiah, J., & Dan, E. (2025). *Pengaruh katalog produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada bengkel las citra persada jombang tangerang selatan*. *3*(10), 529–540.

Mardiana, A., & Faroh, W. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lipstik Implora (Studi Kasus Pada Mahasiswi Reguler C Manajemen Dan Bisnis Di Universitas Pamulang. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen*, *4*(1), 38–48.

Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *1*(2), 150–160.

Reni, R. 2022. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, *12*(2004), 6–25.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (S. Suryandari, Yustiyani, Ed.). ALFABETA, CV.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alvabeta.