

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SR12 HERBAL KOSMETIK DI KOTA SERANG BANTEN

Anisa Rahmawati¹, Sela Novitasari², Bambang Permadi³, Mesakh⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang^{1,2,3,4}

rahmawatiianisa691@gmail.com¹, Selanovitasari95@gmail.com²,
bambangpermadi@unpam.ac.id³, dosen02938@unpam.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan membeli Produk SR12 Herbal di Kota Serang. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah masyarakat Kota Serang yang sudah membeli Produk SR12. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 orang, yang dipilih dengan cara simple random sampling menggunakan rumus slovin. Data dikumpulkan dengan cara memberikan kuesioner dan kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 27. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan membeli Produk SR12, demikian pula kualitas produk juga berpengaruh positif yang signifikan. Bersama-sama, harga dan kualitas produk memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan membeli. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,995 atau 99,5% menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan keputusan membeli sebesar 99,5%, sedangkan 0,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

Abstract

This study aims to understand the influence of price and product quality on purchasing decisions of SR12 Herbal products in Serang City. The method used is a quantitative approach. The research subjects are residents of Serang City who have purchased SR12 products. The sample size used is 100 respondents, selected through simple random sampling using the Slovin formula. Data were collected by distributing questionnaires and then analyzed using SPSS version 27. The results of the analysis show that price has a significant positive effect on purchasing decisions of SR12 products, and product quality also has a significant positive effect. Together, price and product quality have a significant positive influence on purchasing decisions. The coefficient of determination (R^2) of 0.995 or 99.5% indicates that these two variables explain 99.5% of purchasing decisions, while the remaining 0.5% is influenced by other factors not discussed in this study.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decision.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dan persaingan bisnis saat ini pertumbuhan di Indonesia sangat cepat. Kondisi ini terlihat melalui peningkatan jumlah perusahaan beroperasi di berbagai sektor termasuk industri kecantikan seperti produk perawatan kulit. Tingginya tingkat persaingan di pasar mendorong para pelaku pemasaran produk kosmetik untuk lebih inovatif dan kreatif guna mempertahankan eksistensi dan mampu bersaing dengan produk lokal maupun impor. Persaingan antar produsen dalam industri skincare pun semakin ketat dan kompetitif.

Menurut Paul Samuelson (2023:45) Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar untuk memperoleh barang atau jasa (Kotler, 2012 dalam Kiswanto et al., 2019). Kualitas produk mencerminkan karakteristik yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen, dan berpengaruh pada kepuasan serta loyalitas

pelanggan (Kotler, 2022). Sementara itu, keputusan pembelian adalah proses konsumen dalam memilih produk, yang mencakup pengenalan kebutuhan hingga perilaku pasca pembelian (Kotler, 2024).

Indonesia sebagai negara berkembang perlu terus mendorong pertumbuhan industri dan produksi barang berkualitas. Berdasarkan proyeksi BPS Agustus 2024, jumlah penduduk mencapai 281,60 juta jiwa, naik 2,9 juta dari tahun sebelumnya, menjadikannya negara berpopulasi terbesar keempat di dunia. Populasi besar ini memberikan potensi pasar yang luas dan strategis bagi kegiatan bisnis.

Bersamaan dengan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia dan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya merawat penampilan serta kesehatan kulit, industri kecantikan dalam negeri mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan munculnya banyak merek kosmetik lokal yang semakin banyak. Tren penggunaan produk-produk lokal ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk dalam negeri semakin meningkat dan mampu bersaing dengan berbagai merek internasional.

Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia ditunjukkan oleh peningkatan jumlah pelaku usaha menjadi 1.039 pada akhir 2023 (Sumber: Dok Pribadi). Satu diantara kosmetik yang beroperasi di Indonesia yaitu PT SR12 Herbal Kosmetik. Perusahaan ini bergerak di bidang herbal dan perawatan kulit, serta merupakan salah satu produsen kosmetik yang cukup terkenal. PT SR12 Herbal Kosmetik berlokasi di Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat. Nama SR12 merupakan singkatan dari Skin Relieve 12, yang mencerminkan rangkaian produk perawatan kulit atau skincare yang dirancang untuk mengatasi 12 masalah kulit. SR12 menghadirkan produk kecantikan berbahan herbal yang memastikan keamanannya bagi para konsumen. Strategi pemasaran produk SR12 terbagi menjadi dua jenis, yaitu penjualan offline dan online. Peneliti memilih salah satu produk SR12 yang tergolong sebagai produk herbal. Produk herbal SR12 mencakup susu etawa, minyak kelapa, propolis, serta berbagai produk kesehatan herbal lainnya. Langkah ini merupakan bagian dari upaya untuk menjawab kebutuhan konsumen yang semakin beragam, dan cermat pada saat memilih produk kesehatan yang memenuhi kebutuhan mereka. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti Jumlah agen di Kota Serang 35 Agen, berikut tabel data omset penjualan salah satu Agen Ayu Rizkotun Toyibah di Kota Serang.

Tabel 1 Laporan Penjualan Produk SR12 di Agen SR12 Kota Serang

No	Tahun	Omset	Laba
1	2020	Rp. 43.546.000	Rp.7.432.125
2	2021	Rp.41.645.000	Rp.6.544.412
3	2022	Rp.40.524.000	Rp.6.142.544
4	2023	Rp.39.637.000	Rp.5.998.244
5	2024	Rp.32.548.000	Rp.3.541.144

(Sumber : Agen Produk SR12 Kota Serang 2025)

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan tren penurunan omzet penjualan dari tahun 2020 hingga 2024, dari Rp43.546.000 menjadi Rp32.548.000. Penurunan ini diduga disebabkan oleh munculnya kompetitor baru dengan produk serupa faktor harga sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian konsumen karena persepsi konsumen terhadap harga berbeda-beda. Harga yang lebih murah dari pesaing bisa menarik, namun juga berisiko dianggap berkualitas rendah. Berikut ini adalah tabel perbandingan harga produk:

Tabel 2 Daftar Perbandingan Harga Produk SR12 Herbal Kosmetik dengan Kompetitor

Jenis Produk	Merek	Nama produk	Harga
Susu Etawa	SR12	Gomilku 200 gr	Rp. 52.500
	Gomars	Gomars 200 gr	Rp. 21.999
	Etamilku	Etamilku 200 gr	Rp. 25.000
	Skty Goat	Sky Goat 200 gr	Rp. 30.000
	Etawalin	Etawalin 200 gr	Rp. 90.044
Minyak Kelapa	SR12	V-CO Oil 250 ml	Rp. 87.000
	Batrasiya	VCO 250 ml	Rp. 85.000
	Berorganik	Berorganik 250 ml	Rp. 48.000
	Indorganik	Extra Virgin Coconut oil	Rp. 33.600
	Nutrifarm	Extra Virgin Coconut oil	Rp. 37.440
Propolis	SR12	Maxi Propolis 10 ml	Rp. 126.000
	Nutqoh Holanda	Holanda Propolis 10 ml	Rp. 274.500
	Berbelanja	Prima Propolis Plus 10 ml	Rp. 220.000
	Alief Trigona black	Propolis Liquid 10 ml	Rp. 142.500
	British Propolis	British Propolis 10 ml	Rp. 250.000

(Sumber : Marketplace Shopee 2025)

Berdasarkan Tabel 2 terdapat perbedaan harga yang mencolok antara produk SR12 dan kompetitornya di Shopee. Susu etawa dan minyak kelapa SR12 dijual lebih mahal dibanding kompetitor, sementara propolis SR12 justru lebih murah. Selisih harga ini dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk herbal SR12.

Persaingan bisnis dengan penjual produk sejenis adalah hal wajar. Toko Agen SR12 perlu strategi efektif untuk menjaga loyalitas konsumen dengan menawarkan produk yang sesuai kebutuhan mereka. Menurut Assauri (2018), Produk adalah benda atau layanan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berkualitas memberi manfaat nyata dan membangun kepercayaan. Kotler dan Keller (2017) menambahkan, kualitas terlihat dari fungsi, ketahanan, dan kemudahan penggunaan produk. Berikut tabel perbandingan produk herbal SR12 dengan pesaing.

Tabel 3 Kualitas Produk SR12 Herbal Kosmetik dengan Kompetitor

Jenis Produk	Merek	Nama produk	Kualitas Produk
Susu Etawa	SR12	GoMilku	Produk ini mengandung ikan gabus (Channa Striata) sebanyak 8gr daun kelor, madu yang kaya nutrisi kandungannya bermanfaat untuk Menjaga system metabolism tubuh serta tiggi protein. Tersedia dalam 4 varian rasa coeklat,stroberi dan original, Gold Dengan pilihan kemasan 200gr dan 600gr
	Gomars	Gomars	susu kambing bubuk, gula jagung, dan krimer nabati. Susu Gomars merupakan produk organik tanpa campuran kimia yang bermanfaat untuk mendukung nutrisi harian karena kandungan protein, kalsium dan vitamininya.
	Etamilku	Etamilku	Susu kambing etawa bubuk yang di formulasi dengan Bahan bahan herbal seperti propolis, bee pollen, dan madu serbuk Untuk meningkatkan manfaat dan kenikmatan saat dikonsumsi.

			Kombinasi ini dirancang untuk mendukung kesehatan menyeluruh Termasuk meningkatkan daya tahan tubuh.
	Sky Goat	Sky Goat	Susu etawa kaya akan kandungan gizi berupa protein, lemak Karbohidrat, serta berbagai mineral, serta vitamin c dan d. Kandungan lemak dan protein dalam susu ini lebih mudah dicerna Dn memiliki tekstur yang halus.
	Etawalin	Etawalin	Mengandung sereh, jahe, Kayu manis, dan daun salam. Susu Kambing etawa juga Kayu manis nutrisi penting, termasuk protein, kalsium, vitamin A, D, B kompleks, serta mineral seperti magnesium dan fosfor.
Minyak kelapa	SR12	V-CO Oil	Mengandung terbuat dari minyak kelapa (VCO)100% dengan teknik press tanpa pemanas sehingga asam laurat tinggi hampir 50%.
	Batrasiya	VCO 250	Mengandung terbuat dari buah kelapa, anti sinar UV-Anti oksidan, asam laurat 51.97%,. Diikuti asam kaprilat, asam miristat dan lainnya. Selain
	Berorganik	Berorganik	Mengandung extra Virgin Coconut Oil BeOrganik berasal dari daging kelapa segar lokal Indonesia yang diekstraksi dari sulingan pertama dengan sistem cold press sehingga menghasilkan Virgin Coconut Oil yang bening dengan tingkat kemurnian 99%.
	Indorganik	Extra Virgin Coconut oil	asam lemak jenuh, terutama asam laurat, asam kaprat, dan asam kaprilat, serta antioksidan.
	Nutrifarm	Extra Virgin Coconut oil	Vigin coconut oil berkualitas tinggi yang kaya akan asam lemak rantai sedang (MCT) seperti asam laurat, antioksidan (termasuk vitamin E), serta senyawa bioaktif lainnya yang baik untuk kesehatan
Propolis	SR12	Maxi Propolis	Mengandung 100% propolis alami yang dapat membantu kesehatan tubuh, memiliki vitamin, mineral, zat flavonoid dan fenoliknya, berisi 10ml.
	Nutqoh Holanda	Holanda Propolis	mengandung 100% ekstrak propolis murni dan bee pollen pilihan, yang dikombinasikan dengan manfaat alami untuk menjaga kesehatan jantung, menurunkan kolesterol, dan menetralkan racun serta radikal bebas dalam tubuh.
	Berbelanja	Prima Propolis Plus	Mengandung berasal dari lebah liar Trigona yang kebal penyakit dan daya survival tinggi, berisi 6 ml
	Alief Trigona black	Propolis Liquid	mengandung senyawa bioaktif alami dari berbagai vegetasi hutan tropis Indonesia, yang terbukti memiliki sifat antioksidan, anti-inflamasi, dan imunomodulator.
	British Propolis	British Propolis	British propolis mengandung 80 unsur yang sangat bermanfaat Serta berbagai macam tanaman, dengan isi sebanyak 6 ml.

(Sumber : Marketplace Shopee 2025)

Berdasarkan Tabel 3, kualitas produk kesehatan cukup kompetitif. Namun, susu etawa SR12 belum memiliki kemasan sachet, sementara empat pesaingnya sudah menyediakan pilihan tersebut.

Penelitian ini diharapkan membantu perusahaan merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas dan menyesuaikan harga produk SR12 agar lebih kompetitif dan meningkatkan penjualan.

METODE

Metode penelitian adalah proses ilmiah untuk memperoleh data yang bertujuan manfaat tertentu, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017:3). Dalam pendekatan ini, ada beberapa hal yang penting, yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan manfaatnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, melalui penyebaran kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data guna menguji hipotesis, dan menjawab pernyataan penelitian. Subjek populasi pada penelitian ini mencakup para konsumen SR12 Herbal Kosmetik yang tinggal di Kota Serang, dengan jumlah sebanyak 133 orang. Dengan jumlah populasi tersebut, ukuran sampel dihitung menggunakan teknik Slovin. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini mencakup uji validitas, uji reliabilitas, pengujian asumsi klasik, regresi linear ganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk SR12 Herbal Kosmetik di Kota Serang. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah harga dan kualitas produk sebagai variabel bebas, serta keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Untuk mengumpulkan data, penulis menggunakan kuesioner yang diisi oleh 100 responden, dan selanjutnya data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS versi 27.

1. Uji Validitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka data tersebut dianggap valid.
2. Jika nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel, maka data tersebut dianggap tidak valid.

a. Uji Validitas X1

Tabel 4 Uji Validitas X1

Variabel Harga	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Nilai Sig.2 Tailed	Keterangan
	X1	0,295	0,197	0,000	VALID
	X2	0,265	0,197	0,000	VALID
	X3	0,260	0,197	0,000	VALID
	X4	0,248	0,197	0,000	VALID
	X5	0,293	0,197	0,000	VALID
	X6	0,233	0,197	0,000	VALID
	X7	0,339	0,197	0,000	VALID
	X8	0,238	0,197	0,000	VALID
	X9	0,355	0,197	0,000	VALID
	X10	0,214	0,197	0,000	VALID

(Sumber: Data Diolah Dengan *IMB SPSS 27*)

Berdasarkan Tabel 4, seluruh 10 pernyataan pada variabel X1 memiliki nilai Rhitung > Rtabel, sehingga dibuktikan valid.

b. Uji Validitas X2

Tabel 5 Uji Validitas X2

	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	nilai sig.2	Keterangan
				Tailed	
Variabel Kualitas Produk	X1	0,282	0,197	0,000	VALID
	X2	0,235	0,197	0,000	VALID
	X3	0,304	0,197	0,000	VALID
	X4	0,237	0,197	0,000	VALID
	X5	0,355	0,197	0,000	VALID
	X6	0,359	0,197	0,000	VALID
	X7	0,235	0,197	0,000	VALID
	X8	0,313	0,197	0,000	VALID
	X9	0,236	0,197	0,000	VALID
	X10	0,212	0,197	0,000	VALID

(Sumber: Data Diolah Dengan *IMB SPSS 27*)

Berdasarkan Tabel 5, seluruh 10 pernyataan pada variabel X1 memiliki nilai Rhitung > Rtabel, sehingga dibuktikan valid.

c. Uji Validitas Y

Tabel 6 Uji Validitas Y

	Pernyataan	rhitung	Rtabel	nilai sig.2	Keterangan
				Tailed	
Variabel Keputusan Pembelian	Y1	0,286	0,197	0,000	VALID
	Y2	0,239	0,197	0,000	VALID
	Y3	0,309	0,197	0,000	VALID
	Y4	0,243	0,197	0,000	VALID
	Y5	0,237	0,197	0,000	VALID
	Y6	0,213	0,197	0,000	VALID
	Y7	0,201	0,197	0,000	VALID
	Y8	0,315	0,197	0,000	VALID
	Y9	0,245	0,197	0,000	VALID
	Y10	0,219	0,197	0,000	VALID

(Sumber: Data Diolah Dengan *IMB SPSS 27*)

Tabel 6 di atas, seluruh sepuluh item pernyataan variabel Y dalam kuesioner memiliki nilai Rhitung yang lebih tinggi dibandingkan Rtabel, Seluruh item tersebut terbukti valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's alpha, yaitu cara untuk melihat tingkat korelasi antar item dalam skala terhadap seluruh skala variabel. Jika koefisien Cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2022:48), maka kuesioner dianggap layak berfungsi sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas

(Sumber: Data Diolah Dengan *IMB*

Reliability Statistics		<i>SPSS 27)</i>
Cronbach's Alpha	N of Items	
.904	10	

Tabel 7 di atas, nilai Cronbach's Alpha variabel adalah $0,904 > 0,60$, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

3. Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan kelayakan model sebelum analisis regresi, meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Normalitas bertujuan memeriksa apakah distribusi data regresi memiliki bentuk normal atau tidak. Menurut Ghozali (2021), data dikatakan normal jika nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05, jika kurang dari 0,05, maka data tidak normal.

Tabel 8 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16543472
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.094
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.023 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.295 ^d
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.283
	Upper Bound	.307

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

(Sumber: Data Diolah Dengan *IMB SPSS 27*)

Berdasarkan Tabel 8, uji Kolmogorov-Smirnov dengan Significance Monte Carlo menunjukkan semua variabel berdistribusi normal dengan nilai $0,295 > 0,05$

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan mendeteksi adanya korelasi yang sangat tinggi antar variabel independen. Dengan menggunakan Tolerance dan VIF, model dianggap bebas dari multikolinearitas jika VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih besar dari 0,1 (Suliyanto, 2023). Jika tidak memenuhi kondisi

tersebut, maka terjadi multikolinearitas. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan SPSS 27. dengan SPSS 27.

Tabel 9 Uji Multikolinearitas

(Sumber: Data Diolah Dengan *IMB SPSS 27*)

Berdasarkan Tabel 9, nilai Tolerance $0,995 > 0,10$ dan VIF $1,005 < 10$ menunjukkan variabel

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	Tolerance	VIF
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients Beta					
1 (Constant)	-272.800	7.204		-37.868	.000			
Harga	81.883	1.614	.982	50.724	.000	.995	1.005	
Kualitas Produk	.192	.826	.005	.233	.817	.995	1.005	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
harga dan kualitas produk bebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode Glesjer bertujuan untuk mengetahui apakah sebaran residual(kesalahan) dalam regresi tidak konsisten. Apabila nilai signifikansi berada di atas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas. Jika dibawah 0,05, maka heteroskedastisitas terdeteksi ada (Ghozali, 2021).

Tabel 10 Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients Beta		
1 (Constant)	1.872	.507		3.690	.000
Harga	-.023	.047	-.466	-.488	.627
Kualitas Produk	.019	.048	.382	.399	.690

(Sumber: Data Diolah Dengan *IMB SPSS 27*)

Tabel 10 di atas, nilai signifikansi variabel harga (0,627) dan kualitas produk (0,690) $> 0,05$, sehingga tidak terdapat heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini mengaplikasikan analisis regresi linier ganda untuk menilai dampak dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara terpisah maupun bersamaan dengan bantuan SPSS 27.

Tabel 11 Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-1.393	.741			-1.880	.063
Harga	.358	.068		.359	5.260	.000
Kualitas Produk	.658	.070		.640	9.389	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
(Sumber Data Diolah *IMB SPSS 27*)

$$Y = -1,393 + 0,358 X_1 + 0,658 X_2$$

Berdasarkan Tabel 11, konstanta regresi sebesar -1,393 menunjukkan keputusan pembelian menurun saat harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) bernilai nol. Koefisien harga (0,358) dan kualitas produk (0,658) bernilai positif, artinya peningkatan kedua variabel tersebut berpengaruh meningkatkan keputusan pembelian.

5. Uji Koefien Determinasi

Menurut Bahri (2018:192), koefisien determinasi (R^2) mengukur kemampuan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen. Nilainya 0–1, semakin mendekati 1 berarti model semakin akurat.

Tabel 12 Uji Koefien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.997 ^a	.995	.995	2.188

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga
(Sumber Data Diolah Dengan *IMB SPSS 27*)

Tabel sebesar 0,995 menunjukkan bahwa 99,5% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas produk.

12 di atas, nilai R^2 menunjukkan

6. Uji Hipotesis

Menurut Creswell (dalam Ismail, 2023), hipotesis merupakan pernyataan dalam penelitian kuantitatif yang mencerminkan dugaan atau prediksi peneliti terhadap hasil studi. Penelitian ini menyusun tiga hipotesis untuk menguji pengaruh harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), baik secara parsial maupun simultan.

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh tiap variabel independen terhadap keputusan pembelian. Dengan sampel 100 dan tiga variabel ($df = 97$), nilai t tabel pada signifikansi 5% adalah 1,98472. Hasil uji t parsial ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 13 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-1.393	.741			-1.880	.063
Harga	.358	.068		.359	5.260	.000
Kualitas Produk	.658	.070		.640	9.389	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

(Sumber Data Diolah Dengan *IMB SPSS 2027*)

Berdasarkan tabel 13, hasil uji t menunjukkan bahwa ketika hitung melebihi ttabel atau nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka hipotesis alternatif dapat diterima. Hasil uji tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian konsumen(Y)

(t hitung $5,260 > t$ tabel $1,98609$; $\text{sig. } 0,000 < 0,05$). Artinya, strategi penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan minat beli konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori Kotler & Armstrong (2019) serta penelitian Andry Stephanie (Titing et al., 2022) yang menegaskan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y)

(t hitung $9,389 > t$ tabel $1,98609$; $\text{sig. } 0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk, semakin besar peluang konsumen melakukan pembelian. Temuan ini mendukung pendapat Yunita (2021) yang menyebutkan bahwa kualitas mencakup karakteristik dan fitur produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

a. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menilai pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 14 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	91501.088	2	45750.544	9559.664	.000 ^b
	Residual	464.222	97		4.786	
	Total	91965.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

(Sumber: Data Diolah Dengan *IMB SPSS 27*)

Tabel 14, didapatkan nilai Fhitung yang lebih besar dari pada Ftabel, yaitu $9559,664 > 3,09$ (nilai Ftabel diperoleh dari $F(2; 97) = 3,09$), dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 yakni 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Oleh karena itu, model regresi linear berganda yang digunakan dianggap layak untuk penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data, deskripsi, serta analisis dan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk SR12 di Kota Serang. Dari hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen SR12 di Kota Serang (t hitung $5,260 > t$ tabel $1,98609$; sig. $0,000 < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga yang sesuai dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian SR12 di Kota Serang (t hitung $9,389 > t$ tabel $1,98609$; sig. $0,000 < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas produk dapat meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membeli
3. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian SR12 di Kota Serang (F hitung $9559,664 > F$ tabel $3,09$; sig. $0,000 < 0,05$).

DAFTAR PUSTAKA

1. Aliyas, A., Ismawati, I., Hasanuddin, A., Rahmat, M., & Sandra, E. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas (Thrift) Di Kota Batam. *Postgraduate Management Journal*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.36352/pmj.v3i1.607>
2. Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
3. Destiana, F., *Hubungan Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kpr Syariah Di Bank Btn Syariah Kantor Cabang Depok* (Bachelor's Thesis).
4. Dr.Ari Setiawan, M. P., Dr. Dedek Andriawan, M. P., & Sikto widi Asta,S.Pd, M.pd. (2019). *Aplikasi Metodologi Dan Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Yuha Medika Yogyakarta.
5. Drs. Danang Suntoyo, S. M. (2013). *Analisis Data Ekonomi Dengan menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Indeks.
6. Ghazali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 27*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
7. Ghazali, I. (2022). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 27*. Semarang: Badan Penerbit Undip

8. keller, K. &. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt. ancaman jaya Cemerlang.
9. Keller, K. (2022). *Marketing Manajemen*. Bandung: Yrama Widya.
10. Kiswanto, K., Pudyaningsih, A. R., & Akramiah, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas. *Jurnal EMA*, 4(1), 14–22.
<https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.34>
11. Kotler, P. &. (2022). *Marketing Management (15th ed.)* Upper Saddle River. NJ: Pearson Education.
12. Kotler, P. d. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
13. Sholihah, Siti Mar'atush, et al. "Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda." *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)* 2.2 (2023): 102-110.
14. Sugiyono. (2017). *metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R& D*. Bandung: CV. Alfabeta.
15. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.