



Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Genre Catalog Kota Depok

Ahmad Raju Ardiansyah

Universitas Pamulang

Surhani Rahayu

Univesitas Pamulang

Jl. Suryakencana No.1, Pamulang Bar., Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15417

Korespondensi penulis: ahmadrajuardiansyah604@gmail.com¹

Abstrak. *The purpose of this research is to determine the Price Variable (X1), Product Quality (X2), Purchasing Decision (Y), and the Influence of Price and Product Quality on Purchasing Decision Consumer at Toko Genre.Catalog. This research method uses a quantitative method with an quantitative descriptive approach and the population in this research is 3.752 consumers. The sample used in this research used the entire population of 97 consumers as respondents. In this research the sampling technique used is probability sampling. The result of Price variabel have a significant effect on Purchasing Decision with tcount value of 10,485 > ttabel value of 1,986 and a Sig.< 0,05 (0,000 < 0,05). The result of Product Quality variabel have a significant effect on Purchasing Decision with tcount value of 3,509 > ttabel value of 1,986 and a Sig. < 0,05 (0,000 < 0,05). The result of The Price and Product Quality variable simultaneously have a significant influence on Purchasing Decision with calculated fvalue of 68,189 > 3,09 and a Sig. value < 0,05 (0,000 < 0,05).*

Keywords: *Price, Product Quality, Purchasing Decision*

Abstrak Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Keputusan Pembelian (Y), dan Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Genre.Catalog. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini adalah 3.752 konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan seluruh jumlah populasi yang berjumlah 97 konsumen sebagai responden. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling*. Hasil variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai thitung sebesar 10,485 > ttabel sebesar 1,986 dan nilai Sig. < 0,05 (0,0000 < 0,05). Hasil variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan thitung sebesar 3,509 > ttabel sebesar 1,986 dan nilai Sig. < 0,05 (0,000 < 0,05). Hasil variabel Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan Keputusan Pembelian dengan nilai thitung sebesar 68,189 > 3,09 dan nilai Sig. < 0,05 (0,000 < 0,05).

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

PENDAHULUAN

Pembahasan dunia *fashion* tidak terlepas dari konsumennya. Konsumen bisa dikatakan sebagai penggerak utama industri, karena selain sebagai pembeli mereka juga yang menentukan dan memilih apakah sebuah gaya mampu menjadi *trend fashion*. Toko Genre.Catalog merupakan salah satu toko pakaian yang menawarkan produk berkualitas pada awalnya toko genre.catalog hanya toko pakaian kecil,namun Produk yang ditawarkan di Toko Genre.Catalog diantaranya pakaian khusus pria dan kebutuhan *fashion*. Oleh karena itu pelaku usaha haruslah mempunyai keunggulan tertentu dibandingkan dengan pesaing lain sehingga dapat menarik minat konsumen untuk sekedar mencoba dan mengambil keputusan untuk membeli. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:177) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, Perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi memilih, membeli dan menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Untuk mengukur keputusan pembelian maka indikatornya adalah sebagai berikut: Pemilihan produk, pilihan brand (*merk*), pemilihan penyalur, jumlah pembelian, penentuan waktu kunjungan dan metode pembayaran. Keputusan konsumen dalam membeli

produk juga dipengaruhi oleh produk itu sendiri baik dari segi harga produk maupun kualitas produk. Namun, dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, Toko Genre.Catalog perlu melakukan evaluasi dan pengembangan kualitas produk serta strategi pemasaran agar dapat mempertahankan loyalitas Toko Genre.Catalog menjadi penting untuk membantu pemilik usaha dalam mengambil keputusan yang tepat guna pengembangan bisnis ke depan. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk dan perilaku konsumen di Toko Genre.Catalog agar usaha ini dapat terus berkembang dan memberikan kepuasan maksimal bagi pelanggannya Berikut merupakan data konsumen pada Toko Genre.Catalog:

Tabel 1. 1
Data Pelanggan tahun 2019-2021 pada Toko Genre.Catalog

TAHUN	KONSUMEN
2019	4120
2018	3416
2020	3752

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, data pelanggan pada toko Genre.Catalog mengalami penurunan di tahun 2020 sebesar 17,09% dari tahun sebelumnya dikarenakan adanya pandemi covid-19 yang mengakibatkan PPKM berskala besar, namun toko Genre.Catalog mengalami kenaikan kembali di tahun 2021 sebesar 8,93% dari tahun sebelumnya

Tabel 1. 2
Data Pelanggan tahun 2021 pada Toko Genre.Catalog

BULAN	KONSUMEN	OMSET
Januari	312	RP.15.600.000
Februar	310	RP. 15.500.000
Maret	314	RP.15.700.000
April	301	RP.15.050.000
Mei	310	RP. 15.500.000
Juni	290	RP.14.500.000
Juli	345	RP.17.250.000
Agustus	372	RP. 18.600.000
September	200	RP.10.000.000
Oktober	321	RP.16.050.000
November	350	RP. 17.500.000
Desember	327	RP.16.350.000
Total	3.752	RP.187.610.000

Penjelasan table 1.2 di atas menyajikan data mengenai jumlah **konsumen** dan **omzet bulanan** yang diperoleh oleh **Toko Genre.Catalog** selama periode **Januari hingga Desember tahun 2021**. Data ini digunakan untuk mengetahui kinerja penjualan toko secara bulanan dan melihat hubungan antara jumlah pelanggan dan pendapatan (omzet) yang dihasilkan. Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa jumlah total konsumen selama tahun 2021 adalah sebanyak **3.752 orang**, dengan total omzet yang diperoleh sebesar **Rp187.610.000**. Jumlah konsumen per bulan berkisar antara **200 hingga 372 orang**, sedangkan omzet bulanan berkisar antara **Rp10.000.000 hingga Rp18.600.000**. Selain itu, data ini juga dapat digunakan sebagai dasar dalam **pengambilan keputusan bisnis** ke depan, termasuk penyesuaian strategi pemasaran, perencanaan stok, dan peningkatan kualitas layanan untuk mempertahankan dan meningkatkan omzet toko

Tabel 1. 3
Data Harga Produk Toko Genre.Catalog dan Toko WakaWaka

Produk	Toko Genre.Catalog	Toko WakaWaka
Baju	Rp.150.000-Rp.250.000	Rp.100.000-Rp.150.000
Jacket	Rp.200.000-Rp.350.000	Rp.150.000-Rp.250.000
Celana	Rp.250.000-Rp.400.000	Rp.200.000-Rp.300.000

Sumber: Toko Genre.Catalog dan Toko WakaWaka

Dari tabel 1.3 diatas menunjukkan perbandingan harga penjualan produk yang sama tetapi dengan harga yang berbeda. Dapat dilihat bahwa harga yang ditawarkan Toko Genre.Catalog lebih tinggi jika dibandingkan dengan Toko WakaWaka. Toko WakaWaka berlokasi di Depok yang menjadi pesaing dari toko Genre.Catalog. Keterjangkauan ini sudah dipertimbangkan oleh Toko Genre.Catalog, karena dilihat dari kualitas bahan yang ditawarkan sehingga bisa mempengaruhi kualitas produknya, maka dari itu harga Toko Genre.Catalog

Tabel 1. 4
Hasil Prasurvei Kualitas Produk di Toko Genre.Catalog

NO	DAFTAR PERTANYAAN	Jumlah		Persen	
		Iya	Tidak	Iya	Tidak
1	Produk yang di jual Toko Genre Catalog memiliki kinerja yang cukup maksimal dan tidak mudah rusak	18	12	60%	40%
2	Produk yang dijual Toko Genre. Catalog merupakan produk yang tahan lama	20	10	66,67%	33,33%
3	Kualitas Produk yang dijual Toko Genre.Catalog sudah sesuai dengan yang dijanjikan	16	14	53,33%	46,67%
4	Produk yang dijual Toko Genre.Catalog memiliki bentuk dan model yang sesuai dengan <i>trend fashion</i> zaman sekarang	22	8	73,33%	26,67%

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, dapat dilihat bahwa hasil dari pra-survey kualitas produk hijab pada Toko Genre.Catalog maka dapat disimpulkan bahwa pada indikator Kinerja Produk Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa produk memiliki kinerja yang maksimal dan tidak mudah rusak, sementara 40% lainnya menyatakan tidak. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen menilai produk cukup andal dalam penggunaan. Daya Tahan Produk Pada aspek daya tahan, sebanyak 66,67% responden menyatakan bahwa produk tahan lama, sedangkan 33,33% menyatakan tidak. Ini menunjukkan persepsi positif yang cukup kuat terhadap kualitas jangka panjang produk yang ditawarkan. Kesesuaian Kualitas dengan Janji Produk Sebanyak 53,33% responden menilai bahwa kualitas produk sudah sesuai dengan yang dijanjikan, sedangkan 46,67% menyatakan tidak. Selisih yang cukup kecil ini mengindikasikan adanya ruang untuk perbaikan dalam menyamakan ekspektasi dengan realita produk. Kesesuaian dengan Tren Fashion Sebanyak 73,33% responden menyatakan bahwa produk memiliki bentuk dan model yang sesuai dengan tren fashion masa kini, sementara 26,67% menyatakan tidak. Ini merupakan nilai tertinggi dalam hasil prasurvei, yang menunjukkan bahwa Toko Genre.Catalog telah berhasil mengikuti perkembangan mode dan memenuhi selera pasar

KAJIAN TEORI

Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen menurut Sangadji (2019:120) adalah interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar kota di mana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka Sopiha (2016:36) Dalam keputusan pembelian membeli barang konsumen ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya. Kegiatan keputusan pembelian meliputi; pilihan akan produk, merek, pemasok, penentuan saat pembelian, jumlah pembelian. Umumnya ada lima macam peranan yang dapat dilakukan seseorang. Ada kalanya kelima peran ini dipegang oleh satu orang, namun sering kali pula peranan tersebut dilakukan beberapa orang

Harga

Menurut Kotler (2019: 131), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Di perusahaan- perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk. Menurut Gitosudarmo (2019:24) harga ialah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk-produk tertentu berupa barang atau jasa. Harga tidak hanya diperuntukkan untuk pembelian yang dilakukan dipasar maupun supermarket saja, harga juga dapat diperuntukkan untuk proses jual beli secara online dimarketplace maupun dimedia sosial

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2018:143), “Kualitas produk merupakan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan pelanggan.” Menurut Kotler dan Armstrong (2018:283), “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2021:8), “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Harga (X1)

No	Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Harga (X1)				
1	Apakah harga produk Genre.Catalog terjangkau oleh konsumen	0,263	0,200	Valid
2	Apakah harga produk Genre.Catalog terjangkau disbanding toko lain	0,320	0,200	Valid
3	Apakah harga produk Genre.Catalog sangat bervariasi	0,340	0,200	Valid

**Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Toko Genre Catalog Kota Depok**

4	Apakah harga produk Genre.Catalog sesuai dengan kualitasnya	0,304	0,200	Valid
5	Apakah harga produk Genre.Catalog sesuai dengan keinginan konsumen	0,502	0,200	Valid
6	Apakah harga produk Genre.Catalog sesuai dengan produk yang Ditawarkan	0,512	0,200	Valid
7	Apakah konsumen membeli dikarenakan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen	0,270	0,200	Valid
8	Apakah harga produk dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya	0,530	0,200	Valid
9	Apakah harga produk yang di Genre.Catalog sesuai dengan manfaat yang konsumen rasakan	0,377	0,200	Valid
10	Apakah produk yang dijual sesuai dengan harga dan manfaat yang diberikan	0,512	0,200	Valid

Sumber: Data diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan data pada tabel di atas, variabel harga (X1) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,200), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Tabel 4. 9

Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X2)				
1	Apakah produk yang dijual di Genre.Catalog memiliki kinerja yang cukup maksimal dan tidak mudah rusak	0,343	0,200	Valid
2	Apakah produk yang dijual Genre.Catalog cocok digunakan untuk acara tertentu maupun aktivitas sehari-Hari	0,498	0,200	Valid
3	Apakah produk yang dijual Genre.Catalog merupakan produk yang awet dan tahan lama	0,524	0,200	Valid
4	Apakah produk yang dijual Genre.Catalog memiliki warna yang tidak cepat pudar	0,452	0,200	Valid
5	Apakah kualitas produk yang dijual Genre.Catalog sudah sesuai dengan yang Dijanjikan	0,418	0,200	Valid
6	Apakah produk yang dijual Genre.Catalog memiliki bentuk dan model yang sesuai dengan trend fashion zaman sekarang	0,271	0,200	Valid

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Genre Catalog Kota Depok

7	Apakah produk yang dijual Genre.Catalog dapat menunjang penampilan saya	0,360	0,200	Valid
8	Apakah produk yang dijual Genre.Catalog memiliki banyak macam maupun jenis produk sesuai fungsinya	0,313	0,200	Valid
9	Apakah produk yang dijual Genre.Catalog memiliki desain dan warna menarik	0,298	0,200	Valid
10	Saya puas menggunakan produk yang dijual Genre.Catalog	0,390	0,200	Valid

Sumber:Data diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan data pada tabel di atas, variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,200), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)				
1	Saya membeli produk Genre.Catalog atas dasar kemauan sendiri	0,304	0,200	Valid
2	Banyak yang mereferensikan saya untuk membeli produk Genre.Catalog	0,376	0,200	Valid
3	Saya lebih tertarik membeli produk Genre.Catalog dibandingkan dengan produk di toko lain	0,355	0,200	Valid
4	Merek yang dijual Genre.Catalog memiliki reputasi yang baik	0,392	0,200	Valid
5	Merek yang dijual t Genre.Catalog mempunyai ciri khas di setiap jenis atau tipe produknya	0,362	0,200	Valid
6	Genre.Catalog memiliki lokasi atau toko yang strategis dan mudah ditemukan	0,455	0,200	Valid
7	Saya senang dan nyaman berbelanja produk di Genre.Catalog	0,471	0,200	Valid
8	Saya dapat membeli produk di Genre.Catalog kapan saja	0,511	0,200	Valid
9	Saya merasa puas dan tertarik untuk melakukan pembelian ulang produk yang dijual Genre.Catalog	0,418	0,200	Valid

10	Cara pembayaran produk yang dijual Genre.Catalog sangat mudah	0,561	0,200	Valid
-----------	---	-------	-------	-------

Sumber:Data diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan data pada tabel di atas, variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,200), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Uji Reabilitas

Berdasarkan hasil disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel harga (X1) sebesar 0,824, untuk variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,849, dan untuk variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,833. Dari hasil nilai Cronbach's Alpha masing – masing variabel maka dapat disimpulkan variabel harga (X1), kualitas produk (X2), dan keputusan pembelian (Y) adalah reliabel

Uji Normalitas

Tabel 4. 14
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardi Residual	
N		97	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.30094793	
Most Extreme Differences	Absolute	.084	
	Positive	.054	
	Negative	-.084	
Test Statistic		.084	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.087	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.089	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.081
		Upper Bound	.096

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 27

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c.Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi 0,087 dengan nilai sig. 0,050. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 15
Hasil Uji Multikolinearitas dengan Collinearity Statistic
Coefficients^a

Model		Unstandardize		Standardized		Collinearity		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.605	3.044		2.498	.014		
	Harga	.818	.078	.785	10.485	.000	.775	1.291
	Kualitas Produk	-.033	.072	-.034	-.452	.653	.775	1.291

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa, nilai *Tolerance* variabel harga dan kualitas pelayanan mempunyai nilai sebesar 0,775 sehingga kedua nilai ini < 1 dan nilai *Variance Inflation*

Factor (VIF) dimana pada variabel harga dan kualitas pelayanan mempunyai nilai sebesar 1,291 sehingga nilai untuk variabel harga dan kualitas pelayanan pada $VIF < 10$. Dengan demikian model regresi ini tidak ada gangguan multikolinearitas

Uji heteroskedastisitas

Tabel 4. 16
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Collinearity Statistic
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.717	1.946		.368	.713
	Pengaruh Harga	.041	.050	.097	.829	.409
	Kualitas Produk	.005	.046	.011	.097	.923

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, glejser test model pada variabel Harga (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,409 dan kualitas pelayanan (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,923 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian

Uji Autokorelasi

Tabel 4. 18
Hasil Uji Autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.769 ^a	.592	.583	3.336	1.858

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pengaruh Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dalam penelitian uji ini, tidak terjadi autokorelasi karena adanya bukti pada nilai Durbin-Watson sebesar 1,858 yang berada diantara 1,55 – 2,46 dan masuk dalam kategori tidak mengalami gangguan autokorelasi

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 21
Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk
(X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.605	3.044		2.498	.014
	Pengaruh Harga	.818	.078	.785	10.485	.000
	Kualitas Produk	-.033	.072	-.034	-.452	.653

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 27

1. Nilai konstanta sebesar 7,605 yang menunjukkan jika harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) bernilai 0 atau tidak meningkat maka keputusan pembelian (Y) akan tetap bernilai 7,605

2. Pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel, koefisien regresi harga (X1) diperoleh 0,818 yang artinya jika harga (X1) mengalami kenaikan 1 satuan maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,818 satuan
3. Pengaruh kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel, koefisien regresi kualitas produk (X2) diperoleh -0,033 yang artinya jika kualitas produk (X2) mengalami penurunan selama 1 satuan maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar -0,033 satuan

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4. 25
**Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Variabel Harga (X1)
dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.266*	.071	.051	3.68630

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga
Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi pada variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) diperoleh nilai R sebesar 0,266 dimana nilai tersebut terdapat pada interval 0,20 – 0,399. Jadi variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) memiliki tingkat hubungan yang rendah terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. 28
**Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Variabel Harga (X1) dan
Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.266*	.071	.051	3.68630

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga
Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi untuk variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada R Square sebesar 71% sedangkan sisanya sebesar 29% yang dipengaruhi oleh faktor – faktor lain.

Uji Hipotesis

Tabel 4. 29
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	
						B
1	(Constant)	7.605	3.044		2.493	.014
	Pengaruh Harga	.818	.078	.785	10.485	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 27

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai thitung > ttabel atau (10,485 > 0,198) dan nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima,

hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Harga (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y).

Tabel 4. 30
Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	25.618	3.682		6.957	.000
	Kualitas Produk	.327	.093	.339	3.509	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 27

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3,509 > 0,198)$ dan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan pembelian

Tabel 4. 31
Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1517.629	2	758.815	68.189	.000 ^b
	Residual	1046.041	94	11.128		
	Total	2563.670	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 27

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau $(68,189 > 3,09)$, hal ini juga dipersangat kuat dengan p value $< Sig.$ $0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Genre.Catalog

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan pada setiap bab beserta hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Variabel harga (X1) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan persamaan regresi $Y = 6,983 + 0,801 X_1$ serta memiliki koefisien korelasi sebesar 0,189 yang artinya kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang sedang. Untuk nilai koefisien determinasi 36% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain atau hal-hal lainnya. Pada uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,485 > 0,198$) dengan diperkuat hasil p value $< Sig.$ $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif atau signifikan antara harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Variabel kualitas produk (X2) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan persamaan regresi $Y' = 25,618 + 0,327 X_2$ serta memiliki koefisien korelasi sebesar 0,254 yang artinya kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang kuat. Untuk nilai koefisien determinasi sebesar 64% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain atau hal-

- hal lainnya. Pada uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,509 > 0,198$) dengan diperkuat hasil p value $< Sig.$ $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif atau signifikan antara kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).
3. Variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan persamaan regresi $Y' = 7,605 + 0,818 x_1 + 0,033 x_2$ serta memiliki koefisien korelasi sebesar $0,266$ yang artinya variabel tersebut mempunyai hubungan yang kuat. Untuk nilai koefisien determinasi sebesar 71% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain atau hal-hal lainnya. Pada uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($68,189 > 3,10$) dengan diperkuat hasil p value $< Sig.$ $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif atau signifikan antara harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P & Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2018). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. (2018). *Pemasaran Strategik Edisi Ke Satu*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudarsono, H. 2020. *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran*. Surabaya: CV. Pustaka Abadi.
- Danang, Sunyoto. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus). Cetakan Ke-3*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Nandan, L & Purba, T, L. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis. Edisi kedua*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Alma, Buchari, 2018, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F; Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing. In Andi Off Set (Edisi kedua)*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Arinawati, Ely & Badrus, S. 2021. *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian : Daring dan Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sofian, A. (2018). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep & strategi. (ed.1)*. Depok: Rajawali Pers
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 1-122.

JURNAL

- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 30-36.
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro. *Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, 6(2), 143-154.
- Arianto, N., & Giovanni, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12.
- Prasetyo, A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vitamin Merek Scott's Emulsion Pada Pt Glaxo Smith Kline (Study Kasus Pada Carrefour Tangerang City).
- Putri, A. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Yamaha Putera Agung Bubulak Bogor.

***Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Toko Genre Catalog Kota Depok***

- Safitri, N. S., & Nani, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distributor Teh Botol Sosro Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(1), 56.
- Nasution, R. I., Nainggolan, P., & Sinurat, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Handphone VIVO (Studi Kasus Di Kelurahan Baru, Pematangsiantar). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 4(2), 88-100.
- Siagian, A. O., Riesmiyantiningtias, N., & Amalia, R. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor honda Jakarta Utara. *Equivalent: Jurnal Ilmiah Sosial Teknik*, 3(1), 27-36.
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk alat kesehatan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pt. Dyza sejahtera medan. *Warta Dharmawangsa*, 13(1).