

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PALLET BESI (STUDI KASUS PT SHAKA KREASI MANDIRI)

Vicky Mulya¹, Helena Sitorus^{2*}, Rifdah Ilahy³

^{1,2,3}Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia

Penulis korespondensi: helena.sitorus@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract

This research aims to determine the partial and simultaneous influence of product quality and price variables on purchasing decisions for iron pallet products at PT. Shaka Kreasi Mandiri. All consumers of PT. Shaka Kreasi Mandiri is the population in this research. Purposive sampling is the sampling technique used in this research. In carrying out the test using SPSS 29 and the analysis process used in this research consists of several stages including validity and reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with the T test, F test, and coefficient of determination. (R²). The results of the research that has been carried out show that there is a positive and significant relationship between product quality and purchasing decisions. Where the calculated t value is (3.031 > 1.659). Price and purchasing decisions have a positive and significant influence. Where the calculated t value > t table (5.318 > 1.659). The influence of product quality and price on purchasing decisions simultaneously has a calculated f value > f table (28.927 > 3.08). So the R-Square value is 35.5%. Thus, 35.5% of purchasing decisions are driven by product quality and price variables, while the rest are influenced by variables not included in the research.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions

1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi industri yang semakin ketat ini, Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur melakukan banyak kegiatan untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi, yang memiliki nilai jual yang tinggi dan dapat bisa langsung digunakan oleh konsumen. Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur adalah salah satu industri yang menggunakan atau memanfaatkan banyak hal, mulai dari penggunaan mesin, peralatan dan teknologi yang canggih (Utami, 2020). Keputusan pembelian adalah Aktivitas konsumen membeli produk dengan bebas menentukan produk mana yang akan dibeli dan juga bebas memilih waktu, tempat, pemilihan produk yang ingin dibeli dan pertimbangan mengapa produk tersebut perlu dibeli. Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah salah satu acuan para konsumen membeli suatu produk, kualitas produk yang dimaksud adalah produk yang ditawarkan kepada konsumen memiliki nilai jual lebih, dimana hanya perusahaan tersebut yang memiliki keunggulan, (Suwardi, 2022). Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. (Santoso, 2019), menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang

yang dibayarkan untuk suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena menggunakan produk atau jasa tersebut.

2. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder dalam penelitian ini.

1. Sumber data primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya disebut dengan responden.
2. Sumber data sekunder yang dimana informasi pengumpulan data diperoleh secara tidak langsung atau melalui sumber lain yang telah ada, seperti melalui jurnal, *e-book*, dan *website*.

Teknik Sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *simple random sampling*. Penentuan jumlah sampel ditentukan menggunakan metode dari (Hair et al., 2019) penentuan pada jumlah sampel tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 6 \\ &= 18 \times 6 \\ &= 108 \end{aligned}$$

Pada penelitian ini mempergunakan sampel sejumlah 108 responden. Adapun teknik pengambilan data yang dipergunakan pada penelitian ini merupakan kuesioner dan pencatatan dokumen yang berupa dokumen yang berhubungan dengan data penjualan pada

PT. Shaka Kreasi Mandiri. Penelitian ini mempergunakan metode analisis diantaranya (1) Uji instrumen menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas, (2) Uji asumsi klasik menggunakan uji multikolonieritas, uji normalitas dan uji heteroskedastisitas, (3) Uji regresi linier berganda dan (4) Uji hipotesis yang meliputi uji signifikan simultan (uji statistik F) dan uji signifikan parameter individual (uji statistik t) dimana penelitian ini mempergunakan pengolahan data dengan bantuan program SPSS 29.0 for windows.

3. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji Validitas Kualitas Produk

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,41	0,195	Valid
X1.2	0,64	0,195	Valid
X1.3	0,52	0,195	Valid
X1.4	0,56	0,195	Valid
X1.5	0,49	0,195	Valid
X1.6	0,55	0,195	Valid
X1.7	0,62	0,195	Valid
X1.8	0,39	0,195	Valid

Uji Validitas Harga

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0,67	0,195	Valid
X2.2	0,75	0,195	Valid
X2.3	0,66	0,195	Valid
X2.4	0,63	0,195	Valid
X2.5	0,61	0,195	Valid
X2.6	0,60	0,195	Valid

Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0.64	0,195	Valid
Y2	0.60	0,195	Valid
Y3	0,61	0,195	Valid
Y4	0,62	0,195	Valid
Y5	0,62	0,195	Valid
Y6	0.64	0,195	Valid

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa “nilai r hitung dari masing – masing pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dari r tabel (*Corrected Item – Total Correlation* > r

tabel).” Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari variabel kualitas produk, harga dan variabel Keputusan Pembelian dinyatakan valid.

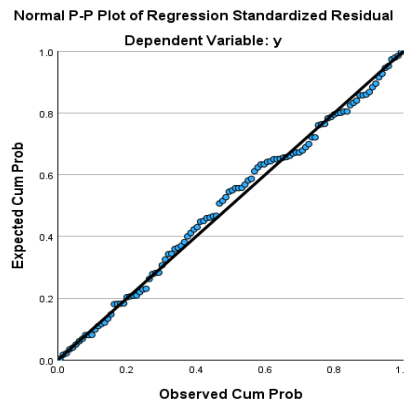
3.1.1 Uji Reabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk	0,630	0,60	Reliabel
Harga	0,678	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,729	0,60	Reliabel

Dilihat pada Tabel diatas bahwa “nilai Alpha Cronbach pada variabel Kualitas Produk yaitu 0,630, Harga yaitu 0,678, dan Keputusan Pembelian yaitu 0,729.” Dengan hal

ini bahwa setiap pernyataan dalam angket tiap variabel dikatakan *reliable* karena mempunyai nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

3.1.2 Uji Asumsi Klasik Normalitas



Grafik Normal P – P Plot pada Gambar 4.1 dapat dilihat titik – titik nilai sisa didistribusikan secara merata dan mengikuti garis diagonal. Keadaan ini menunjukkan bahwa

distribusi data dari variabel yang digunakan dalam analisis regresi berganda mendekati normal. Oleh karena itu, data dapat digunakan untuk analisis regresi berganda.

3.1.3 Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

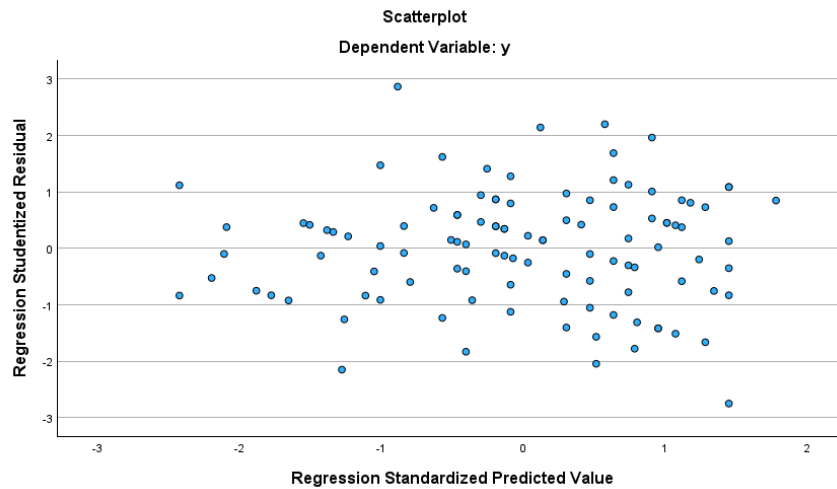
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.0,858	1.166
	Harga	0,858	1.166

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Bahwa nilai toleransi untuk masing – masing variabel adalah kualitas produk yaitu 0,858 dengan variasi inflasi faktor (VIF) yaitu 1,166, sedangkan variabel harga toleransinya

yaitu 0,858 dengan variasi inflasi faktor (VIF) yaitu 1,166. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam model regresi berganda tidak menunjukkan multikolonieritas atau korelasi

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan Gambar diatas bisa disimpulkan bahwa “nilai analisis regresi berganda X1, X2 terhadap Y benar-benar linier karena tidak adanya heteroskedastisitas,

sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Keputusan Pembelian berdasarkan variabel yang mempengaruhinya.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.799	2.810		1.708	.091
Kualitas Produk	.258	.085	.258	3.031	1.166
Harga	.421	.079	.450	5.318	1.166

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel diatas maka dapat menyusun model persamaan regresi linier berganda berdasarkan kolom B.

Model persamaan regresi linier ganda, adalah:
Y=4,799 + 0,258X1 + 0,421X2

Hasil analisis dari model persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. “Nilai konstanta sebesar 4,799, artinya kalau variabel Kualitas Produk dan Harga

diasumsikan bernilai nol (0), maka Keputusan Pembelian bernilai 4,799.

2. Nilai koefisien beta pada variabel Kualitas Produk sebesar 0,258. Hal ini berarti jika setiap perubahan pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar satu nilai akan membuat perubahan kenaikan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,258.

3. Nilai koefisien beta pada variabel Harga sebesar 0,421. Hal ini berarti jika setiap perubahan pada variabel Harga (X2) sebesar satu nilai akan membuat perubahan kenaikan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,42.

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.796	3.029		1.708	.091
Kualitas Produk	.389	.105	.387	3.031	.003

Harga	.110	.156	.074	5.318	<.001
-------	------	------	------	-------	-------

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

1. Uji Hipotesis Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji statistik uji t variabel Kualitas Produk menunjukkan nilai sebesar 3,031. Berdasarkan temuan tersebut, dapat dikatakan bahwa “nilai t hitung ($3,031 > 1,659$ lebih besar dari nilai t tabel. Selain itu, tingkat signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 ($0,003 < 0,05$). Koefisien regresi memiliki nilai positif menunjukkan bahwa Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah positif dan signifikan. Hasil ini mendukung bahwa Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah positif dan signifikan.

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	258.965	2	129.483	28.927	<.001 ^b
	Residual	469.998	105	4.476		
	Total	728.963	107			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Hasil Uji F menunjukkan nilai f hitung sebesar 28,927 berdasarkan Tabel 4.11. dengan total 108 responden, untuk mendapatkan f tabel dengan cara FINV ($0,05;2;df=105$) menghasilkan f tabel = 3,08. Temuan menunjukkan bahwa f hitung lebih besar dari f tabel ($28.927 > 3,08$) dengan signifikansi 0,001

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.355	.343	2.116

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Menunjukkan nilai R-Square sebesar 0,355 atau 35%. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk dan harga mempengaruhi terhadap keputusan pembelian sebesar 35%.).

2. Uji Hipotesis Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji statistik uji t variabel Harga menunjukkan nilai sebesar 5,318. Berdasarkan temuan tersebut, dapat dikatakan bahwa “nilai t hitung ($5,318 > 1,659$ lebih besar dari nilai t tabel. Selain itu, tingkat signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 ($0,001 < 0,05$). Koefisien regresi memiliki nilai positif dan signifikan menunjukkan bahwa Harga mempengaruhi Keputusan pembelian adalah positif dan signifikan.

lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), menyimpulkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian” dapat diterima.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh Kualitas

Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian:

1. Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Pallet Besi:

Hasil pengujian hipotesis kesatu telah membuktikan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai T sebesar 3,031 dengan nilai sig 0,003.

2. Hasil pengujian hipotesis kedua telah membuktikan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai T sebesar 5,318 dengan nilai sig 0,001.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga telah membuktikan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai F sebesar 28,927 dengan nilai signifikan 0,001.

Daftar Pustaka

Beta Nurlia, G., & Mahmud. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko KIYOMI JEANS Di ITC Cempaka Mas Jakarta Pusat. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4, 37.

Chabachib, M., & Abdurahman, M. I. (2020). *Determinan Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi*.

Ilmiah, J., & Bisnis, M. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA MAHASISWA KAMPUS 1 UNIVERSITAS KRISTEN KRIDA WACANA* (Vol. 16, Issue 1). <http://www.astra-honda>.

Laili, A. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP*

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Indolia Sidareja) (Vol. 4, No. 2).

Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, dan Lengkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru. *Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1, 44. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/ASSET>

Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.

<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

Nasution, F. D., S, A. M., & Fitriani, R. (2021). PENENTUAN RUTE DISTRIBUSI PALLET MESH MENGGUNAKAN METODE SAVING MATRIX (STUDI KASUS: PT. MMM). *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 5(1), 01–09.

<https://doi.org/10.30988/jmil.v5i1.542>

Syaleh, H. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT PENDISTRIBUSIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA PADA CV. TJAJAJA BARU BUKITTINGGI. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(1).

Vanny Maruli Tua, G., & Ira Meike Andariyani, dan. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN POMPA AIR SUBMERSIBLE DAB DECKER DI CV. CITRA NAULI ELECTRICSINDO PEKANBARU*. 1(Vol 1 No. 4 Juli 2022), 140–154.