

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS THEMITHTRY DENGAN MENGGUNAKAN METODE REGRESI LINIER BERGANDA

Moch. Jabir Hayyan¹

mochjabirhayyan19@gmail.com¹

Latifatussafitri²

latifasafitri798@gmail.com²

Karina Eka Aulia³

karinaekaaulia1305@gmail.com³

Moch. Burhan nur A⁴

mochburhan45@gmail.com⁴

Nurul Hidayah⁵

nurulhidayah.mk45@gmail.com⁵

Cucu Hayati⁶

cucu.hayati@stiemahardhika.ac.id⁶

^{1,2,3,4,5,6}STIE Mahardhika Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this study is to ascertain the type of product quality desired by consumers. This study also helps in determining the extent to which product quality influences consumer purchasing decisions as well as the affordability of the prices offered to them. This study uses quantitative methodology. There are thirty-three customer respondents in this survey. This type of research is obtained through a list of statements evaluated on a Likert scale and documentation studies. SPSS is used to process the data statistically. The regression findings from the SPSS data we obtained are $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$. In addition, price influences purchasing decisions, as evidenced by its very low significance value of 0.000 out of 0.05. Although greater than 0.05, the significance of 0.950, Purchasing decisions are not influenced by the quality of the goods. It is hoped that this study will be a guide for anyone who wants to conduct similar research using the same methodology., in addition to identifying how price and product quality influence consumer purchasing decisions Themitry.

Keywords: Price, Product Quality, Buying Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memastikan jenis kualitas produk yang diinginkan konsumen. Penelitian ini juga membantu dalam menentukan sejauh mana kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli serta keterjangkauan harga yang ditawarkan kepada mereka. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Ada tiga puluh tiga responden pelanggan dalam survei ini. Jenis penelitian ini diperoleh melalui daftar pernyataan yang dievaluasi pada skala Likert dan studi dokumentasi. SPSS digunakan untuk memproses data secara statistik. Temuan regresi dari data SPSS yang kami peroleh adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$. Selain itu, harga mempengaruhi keputusan pembelian, sebagaimana dibuktikan oleh nilai

signifikansinya yang sangat rendah yaitu 0,000 dari 0,05. Meskipun lebih besar dari 0,05, signifikansi 0,950, Keputusan pembelian tidak dipengaruhi oleh kualitas barang. Diharapkan bahwa penelitian ini akan menjadi panduan bagi siapa pun yang ingin melakukan penelitian sejenis dengan menggunakan metodologi yang sama., selain mengidentifikasi cara harga dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen Themitry.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Tas, khususnya wadah berbentuk persegi atau lingkaran dengan tali pengikat. Merriam Webster menambahkan kantong yang bisa ditutup dan seringkali tidak kaku. Faktanya, tas ini ringan dan fleksibel. Tas wanita, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penampilan. Beberapa wanita bahkan mungkin merasa tidak mampu jika tidak memiliki dompet yang mereka banggakan. Untuk meningkatkan gaya hidupnya, wanita dapat menggunakan tas dengan berbagai ukuran dan bentuk untuk setiap aktivitas. TheMithry, sebuah UMKM yang fokus pada kerajinan tas wanita. Tas bahu dan tas jinjing adalah dua kategori produk yang kami tawarkan. Namun seiring berjalannya waktu, konsumen menganggap berbagai model dan variasi tas semakin memikat. Ketika semakin banyak bisnis memasuki pasar tas wanita, persaingan pun semakin meningkat. Dalam menghadapi pesatnya ekspansi industri tas, TheMithry Bag perlu mengembangkan produk baru yang menarik bagi pelanggan agar tetap kompetitif.

Harga

Harga adalah jumlah uang yang ditetapkan suatu bisnis sebagai imbalan atas penjualan barang atau jasa atau tindakan lain yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Penetapan harga adalah permainan pemasaran tersendiri. Jika penjual menetapkan harga yang terlalu tinggi, pelanggan tidak akan mampu membelinya, yang pada akhirnya akan membuat produk perusahaan menjadi kurang laku. Namun, jika perusahaan menetapkan harga yang terlalu rendah, hal ini akan mempengaruhi profitabilitasnya dan pelanggan akan percaya bahwa produk tersebut lebih murah dari harga sebenarnya.

Kualitas Produk

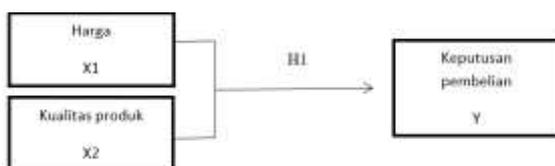
Keadaan fisik, kemampuan, dan karakteristik suatu produk—apakah itu komoditas atau jasa—disebut sebagai kualitasnya. Mutu produk didasarkan pada derajat mutu yang diharapkan, yang mencakup keakuratan, daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan pemeliharaan produk, dengan tujuan untuk memenuhi dan memuaskan harapan klien atau konsumen. Salah satu aspek penentu daya saing

komersial adalah kualitas produk yang ditawarkan bisnis kepada pelanggan. Meskipun beberapa orang berpendapat bahwa produk mahal selalu memiliki kualitas unggul, pembeli selalu mencari barang premium dengan harga terjangkau.

Keputusan Pembelian

Menurut Gunawan (2022), konsumen menemukan masalah, menyelidiki, dan kemudian memutuskan untuk membeli atau tidak barang. Pelanggan memutuskan untuk membeli atau tidak setelah mempertimbangkan beberapa hal. Untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya, manusia berusaha memecahkan masalah dengan cara ini. Keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen mengungkapkan seberapa banyak pemasar berupaya untuk menampilkan produk mereka kepada konsumen. Dengan memberikan ulasan produk, deskripsi rinci, dan informasi harga pada tahap ini, bisnis dapat membantu pelanggan dalam membandingkan dan memilih dari berbagai pilihan.

Kerangka Berfikir



Hipotesis dari kerangka berfikir diatas, yaitu:

H1 : Keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh harga (X1) dan kualitas produk (X2).

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk menentukan bagaimana harga (X1) dan kualitas produk (X2) memengaruhi keputusan untuk membeli (Y). Hal ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke sejumlah komunitas sekitar dan pelanggan yang kelaparan. Untuk penelitian ini, sampel yang dipilih adalah 33 peserta. Topik utamanya yaitu bagaimana harga (X1) dan kualitas produk (X2) memengaruhi keputusan pembelian (Y).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Tabel1. Variables Added or Subtracted^a

Model	Variables Added	Subtracted	Method
1	Kualitas Produk (X2), Value (X1) ²		Added

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y).
- b. All requested variables input.

Tabel 1 menampilkan variabel dan metode. Keputusan membeli dalam hal ini merupakan variabel terikat, sedangkan harga

dan kualitas barang merupakan faktor bebasnya. Enter adalah metode yang digunakan.

Tabel 2. Model Resume

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.370	.327	4,82006

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

Dengan demikian output tabel 2 mempunyai nilai korelasi (R) besarnya 0,609. Koefisien determinasi hitung (R Square) bernilai 0,370 menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi pilihan untuk membeli memiliki dampak sebesar 37% terhadap biaya dan kualitas barang.

Tabel 3. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	396,212	2	198,106	8,527	0,001 ^b
	Residual	673,757	29	23,233		
	Total	1069,969	31			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh X1 dan X2 terhadap Y memiliki nilai signifikansi bersama sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,005 dan nilai F hitung sebesar 8,527 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,30. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa X1 dan X2 bekerja sama untuk merugikan Y.

Tabel 4. Coefficients^a

Model		Unstandardized B	Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13,454		1,354	.186
	Harga (X1)	.670	.609	4,127	.000
	Kualitas Produk (X2)	.011	.000	.004	.993

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Nilai konstant (a) adalah 13,454, dan nilai harga (b1) adalah 0,670, serta nilai kualitas produk (b2) 0,011. Adapun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 13,454 + 0,670X_1 + 0,011X_2 + e$$

Berikut pengambilan keputusan menggunakan uji regresi berganda;

Karena nilai t sebesar 4.127 lebih besar dari nilai t sebesar 2.042, maka dapat diketahui bahwa Sig. dan X1 memiliki pengaruh terhadap Y sebesar 0.000. Dapat disimpulkan bahwa X1 memiliki pengaruh terhadap Y jika nilainya kurang dari 0,05.

Nilai tandanya sudah diketahui. Karena pengaruh X2 terhadap Y adalah 0,950 yang lebih besar dari 0,05 dan t-nya adalah 0,64 yang lebih kecil dari nilai t-tabel sebesar 2,042, maka dapat dikatakan bahwa X2 tidak berpengaruh terhadap Y.

KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk memastikan dan mengevaluasi bagaimana

pelanggan memilih barang tergantung pada harga dan kualitas. Dengan demikian, 33 responden menjadi sasaran teknik kuantitatif. Untuk menguji data, analisis regresi linier berganda digunakan.. Temuan menunjukkan bahwa hanya 37% penilaian dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk biaya, kualitas produk, dan pilihan yang dibuat selama proses pembelian. Keputusan tersebut hanya memiliki pengaruh sebesar 37%, seperti yang ditunjukkan oleh nilai korelasi sebesar 0,609 dan koefisien determinasi sebesar 0,370. Y adalah keputusan untuk membeli, X1 adalah harga, dan X2 adalah kualitas produk, menurut persamaan regresi yang dihasilkan dari $Y = 13,454 + 0,670X1 + 0,011X2$.

Dengan Penelitian ini menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang sangat besar yaitu sebesar 37% terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05.. Lebih jauh, nilai signifikansi 0,950 lebih tinggi dari 0,05. Penelitian ini mengungkapkan bahwa konsumen tidak terlalu dipengaruhi oleh kualitas barang yang mereka beli. Penelitian ini dimaksudkan sebagai panduan bagi orang lain yang ingin melakukan studi perbandingan dengan metode serupa, seperti metode kuantitatif.. Mereka tertarik pada bagaimana Harga dan kualitas produk adalah dua contoh elemen yang memengaruhi keputusan konsumen

untuk membeli produk tertentu.. Mereka membagikan kuesioner kepada masyarakat atau pelanggan setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Zamrodah Y. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado Jurnal EMBA Vol No . 2. J EMBA J Ris □. 2016;15(2):1-23.
- ARTAMEVIAH R. Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. Bab Ii Kaji Pustaka 21. 2022;12(2004):6-25.
- Rahmawati F, Hadita H, Komariah NS. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Catering AR-Risalah di Kota Bekasi. J Publ Ilmu Manaj dan E-Commerce. 2024;3(1):10-21.
- Felayati N, Abdillah. 2016. □Desain Tas Punggung Dengan Material Berbasis Olahan Bambu.□ (Rd 141530).
- Vinet, Luc, and Alexei Zhedanov. 2011. □A □missing□ Family of Classical Orthogonal Polynomials.□ Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical 44(8):1□14. doi: 10.1088/1751-8113/44/8/085201.
- Ekonomi, Prodi, and Syariah Iain. n.d. □P-ISSN 2615-4293.□ 2(1):66□83.

- Siti Solikha, Imam Suprpta. 2020. □Terhadap Kepuasan Pelanggan.□ Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis(JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT 4(1):175□82.
- Asti, Eka, and Eka Ayuningtyas. 2020. □Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.□ EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis 1(01):1□14. doi: 10.37366/ekomabis.v1i01.2.
- Witjaksono, Ishma Alfisa Martianto; Sri Setyo Iriani; Andre Dwijanto. 2023. □JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi) FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN.□ 1370□85.
- Nyio, Jessica Giovani, Silcyjeova Moniharapon, and Imelda W. J. Ogi. 2022. □Pengaruh Iklan Online, Kualitas Produk Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado).□ Jurnal EMBA 10(4):1835□46.
- Ariella, Rizquallah Irfan. 2018. □□Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.□□ PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis 3(2):215□21.
- Gunawan, Imam, and Hasyim Hasanah. 2019. □Kuantitatif Imam Gunawan.□ At-Taqaddum 8(1):29.
- Permata Sari, Desi. 2021. □Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran).□ Jurnal Ilmu Manajemen Terapan 2(4):524□33. doi: 10.31933/jimt.v2i4.463.
- Permata Sari, Desi. 2021. □Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran).□ Jurnal Ilmu Manajemen Terapan 2(4):524□33. doi: 10.31933/jimt.v2i4.463.
- Rahmandika, Yoan Fauzia, Listyowati Puji, and Hari Purwanto. 2020. □Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.□ EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi 8(1):65□74. doi: 10.36596/ekobis.v8i1.319.
- Amelisa, Lisa, Sepris Yonaldi, and Hesti Mayasari. 2023. □Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Kaoperasi Serba Usaha

Kabupaten Solok). □ Jurnal Manajemen
Dan Kewirausahaan 7(3):1 □ 13.