

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA BAKPIA KARTINI)

Niswan Bayu¹, Supriyana²

Niswan.bayu@gmail.com, bayucahyakharisma@gmail.com

Lecturer Management Study Program, Faculty of Economics, Gresik University

ABSTRACT

The increasingly fierce business competition, especially competition from similar companies, makes companies increasingly demanded to move faster in terms of attracting consumers. So that companies that apply the concept of marketing need to pay attention to consumer behavior and the factors that influence their purchasing decisions in marketing efforts of a product. This is because in the concept, one way to achieve company goals is to know what the needs and wants of consumers or target markets are and provide the expected satisfaction more effectively and efficiently than competitors. The type of research used in compiling this research is to use explanatory or explanatory or explanatory research. Explanatory research explains the cause of an event. For this reason, it is necessary to identify various variables outside the problem to confirm the cause of a problem. This research is quantitative using data from MSME Bakpia Kartini Gresik which consists of three hundred (300) consumer data with a sample of one hundred and seventy one (171) consumers where the results of the survey can determine the effect of price and product quality on product purchasing decisions in Indonesia. Bakpia Kartini Gresik.

Keywords : Price, Product Quality, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut

dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Penjualan sangat erat kaitannya dengan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana

konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan (Kotler and Armstrong, 2018).

Harga merupakan sebuah atribut diantara beberapa atribut lain dalam pengambilan keputusan pembelian. Adapun harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi organisasi. Yang merupakan determinan utama permintaan, berdasarkan hukum permintaan, besar kecilnya harga mempengaruhi kuantitas produk yang dibeli konsumen. Semakin mahal harga, semakin sedikit jumlah permintaan atas produk yang bersangkutan dan sebaliknya. Meskipun demikian, itu tidak selalu berlaku pada semua situasi. (Tjiptono dan Chandra, 2012 ; 315 - 317)

Selain harga, kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah

produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen.

Memperbaiki kualitas produk adalah yang paling penting. Hal tersebut karena kualitas sebuah produk sangat menentukan keputusan seorang konsumen untuk membeli produk (Marwanto, 2015). Setelah konsumen mengetahui kesanggupannya dalam membeli sebuah produk, selanjutnya konsumen tersebut akan memperhatikan kualitas produk. Jika bahan baku yang digunakan berkualitas maka akan menghasilkan kualitas produk yang baik juga sehingga akan timbul keinginan untuk melakukan pembelian.

Perusahaan yang memiliki image yang baik di mata konsumen umumnya akan lebih menarik calon konsumen karena mereka yakin bahwa perusahaan tersebut memiliki kualitas yang baik dan dapat dipercaya. Sebab di mata konsumen, perusahaan yang terpercaya adalah jaminan atas konsistensi kinerja suatu produk dan menyediakan manfaat apapun yang dicari konsumen ketika membeli produk dari perusahaan tersebut. Bakpia Kartini merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang industri makanan yaitu roti dan bakpia. yang beralamatkan di Jl RA Kartini gg 1 B no 15 Gresik.

Demikian dengan Bakpia Kartini merupakan UMKM. Yang menyediakan *bakery* dalam berbagai alternatif harga dan model. Keberagaman harga dan model ini disajikan sengaja oleh perusahaan denganmaksud untuk memenuhi permintaan konsumen akan kue dan mengambil keputusan untuk membelinya. Selain itu Pengembangan produk dalam kualitas di Bakpia Kartini perlu ditingkatkan, karena pengembangan produk bagi perusahaan sangat penting, pengembangan produk merupakan ciri khas yang harus dimiliki oleh perusahaan roti, dan perusahaan harus sudah mampu untuk memiliki ciri yang berbeda dengan perusahaan yang lainnya, untuk meningkatkan penjualan yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan peneliti tersebut maka merasa perlu melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Bakpia Kartini).”

Landasan Teori

Harga

Harga bukanlah sesuatu yang tidak penting karena harga ini sangat berhubungan dengan keputusan seseorang untuk membeli suatu produk. Ketika mendengar sebuah produk yang dijual dengan harga murah, pasti para konsumen akan berbondong-bondong lari dan berebutan untuk mendapatkan produk tersebut. Itulah sebabnya mengapa harga sangat berperan dalam menentukan keputusan seseorang untuk membeli suatu produk (marwanto, 2018). Konsumen akan mempertimbangkan faktor harga sebelum menetapkan keputusannya apakah konsumen sanggup membeli atau tidak. Pentingnya penetapan harga produk yang dapat dilihat dari variasi harga berdasarkan kualitas sehingga konsumen dapat memilih dan menyesuaikan sesuai keinginan.

Kualitas Produk

Memperbaiki kualitas produk adalah yang paling penting. Hal tersebut karena kualitas sebuah produk sangat menentukan keputusan seorang konsumen untuk membeli produk (Marwanto, 2015). Setelah konsumen mengetahui

kesangguppannya dalam membeli sebuah produk, selanjutnya konsumen tersebut akan memperhatikan kualitas produk. Jika bahan baku yang digunakan berkualitas maka akan menghasilkan kualitas produk yang baik juga sehingga akan timbul keinginan untuk melakukan pembelian.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, maka objek atau tempat Usaha Kecil Menengah Bakpia

Kartino yang terletak di JL. Jl RA Kartini gg 1 B no 15 Gresik. Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik. Jawa Timur. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian ini menghasilkan data yang berbentuk angka dan diolah komputer menggunakan program

SPSS.

Metode Pengumpulan Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.” (Sugiyono, 2017:199). Analisis dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari hasil jawaban responden atas kuesioner. Kemudian setelah menganalisis data tersebut perlu diadakan uji instrumen supaya data yang diperoleh dapat teruji

dan diandalkan, maka metode analisis data yang digunakan adalah: **Uji Analisis Data**

1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:172-173), pengujian validitas kontruksi dilakukan dengan analisis faktor yaitu dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam suatu faktor dan mengkorelasikan skor faktor dalam skor total serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r \geq 0,3$ jika nilai $r < 0,3$ maka dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Adapun menurut Ghozali (2018:46) pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan cara yaitu : 1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang: disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya. 2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja: disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau pengukur korelasi antar jawaban pertanyaan, SPSS memberikan

fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Aplha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Aplha* $> 0,60$.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio (Duwi, 2011).

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Produk a = Konstanta

(nilai Y' apabila

$$X_1, X_2, \dots, X_n = 0) \quad b =$$

Koefisien regresi (nilai

peningkatan ataupun penurunan) **Uji Hipotesis**

a) Uji t

Menurut Ghozali dalam Ratna (2016:78) uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas secara individu (parsial) terhadap variabel terikatnya. Untuk melakukan hipotesis penelitian pengaruh parsial variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel

Y digunakan uji t

b) Uji F

Menurut Ghozali dalam Ratna (2016:80), Uji F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Untuk menguji signifikansi garis regresinya perlu dilakukan analisis variansi terhadap garis regresi tersebut. Untuk melakukan hipotesis penelitian pengaruh secara simultan variabel X_1

, X_2 terhadap variabel Y digunakan uji F (analisis varian)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil SPSS untuk uji validitas terhadap instrumen data kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₁)

Item pernyataan	Koefisien Korelasi (r hitung)	Nilai Kritis	Ket
X _{1.1}	0,829	0,3	Valid
X _{1.2}	0,864	0,3	Valid
X _{1.3}	0,837	0,3	Valid
X _{1.4}	0,815	0,3	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai setiap item pernyataan pada variabel harga pada kolom koefisien korelasi (r hitung) > nilai kritis (0,3), sehingga setiap item pernyataan tersebut valid dan semua butir pertanyaan dapat digunakan dan dipercaya.

Tabel
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₂)

Item pernyataan	Koefisien Korelasi (r hitung)	Nilai Kritis	Ket
X _{2.1}	0,823	0,3	Valid
X _{2.2}	0,841	0,3	Valid
X _{2.3}	0,836	0,3	Valid
X _{2.4}	0,805	0,3	Valid
X _{2.5}	0,775	0,3	Valid
X _{2.6}	0,833	0,3	Valid
X _{2.7}	0,775	0,3	Valid
X _{2.8}	0,715	0,3	Valid

Sumber: Data olahan peneliti Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai setiap item pernyataan pada variabel kualitas produk pada kolom koefisien korelasi (r hitung) > nilai kritis (0,3), sehingga setiap item pernyataan tersebut valid dan semua butir pertanyaan dapat digunakan dan dipercaya.

Tabel
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item pernyataan	Koefisien Korelasi (r hitung)	Nilai Kritis	Ket
Y _{.1}	0,779	0,3	Valid
Y _{.2}	0,867	0,3	Valid
Y _{.3}	0,806	0,3	Valid
Y _{.4}	0,804	0,3	Valid
Y _{.5}	0,778	0,3	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai setiap item pernyataan pada variabel keputusan pembelian pada kolom koefisien korelasi (r hitung) > nilai kritis (0,3), sehingga setiap item pernyataan tersebut valid dan semua butir pertanyaan dapat digunakan dan dipercaya.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan menggunakan bantuan software komputer SPSS (Statistic Program for Social Science) for windows, hasil dari analisis dengan menggunakan analisis spss sebagai berikut :

Tabel
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Deviasi	Ket
Harga	0,857	0,60	reliable
Kualitas Produk	0,919	0,60	reliable
Keputusan Pembelian	0,866	0,60	reliable

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui program SPSS *for windows*, dengan menggunakan program analisis regresi berganda, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel
Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan	.170	.165		1.029	.305
Harga	.603	.073	.593	8.242	.000
Kualitas	.333	.077	.312	4.339	.000

Sumber: data olahan peneliti

Dari tabel 4.15 secara keseluruhan hasil perhitungan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Y = 0,170 + 0,603X_1 + 0,333X_2$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) = 0,170 menunjukkan besarnya variabel terikat nilai keputusan pembelian (Y) yang tidak dipengaruhi oleh variabelvariabel bebas.

2) $b_1 = 0,603$, jika harga (X_1) berubah satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan berubah sebesar 0,603 satuan dengan anggapan kualitas produk (X_2) tetap, artinya semakin baik harga, akan meningkatkan keputusan pembelian serta menganggap variabel lain tetap atau konstan.

3) $b_2 = 0,333$, jika kualitas produk (X_2) berubah satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan berubah sebesar 0,333 satuan dengan anggapan harga (X_1) tetap, artinya semakin baik kualitas produk, akan meningkatkan keputusan pembelian serta menganggap variabel lain tetap atau konstan.

Analisis Regresi Berganda

Uji Hipotesis

- a. Uji t (parsial) Dari hasil pengolahan data melalui program SPSS *for windows*, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.170	.165		1.029	.305
Harga	.603	.073	.593	8.242	.000
Kualitas	.333	.077	.312	4.339	.000

Sumber: data olahan peneliti

1) Variabel harga terhadap keputusan pembelian $t_{hitung} = 8,242$ $t_{tabel} = 1,974$.

Variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar 8,242 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,242 > 1,974$). Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak, ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bakpia Kartini Gresik.

2) Variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian $t_{hitung} = 4,339$ $t_{tabel} = 1,974$.

Variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 4,339 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,339 > 1,974$). Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bakpia Kartini Gresik.

b. Uji F

Hasil uji statistik secara simultan untuk variabel bebas harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap variabel terikat

keputusan pembelian (Y) diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	90.620	2	45.310	275.796	.000 ^a
Residual	27.600	168	.164		
Total	118.221	170			

Sumber: data olahan peneliti

Berdasarkan tabel di atas didapatkan nilai F hitung sebesar 275,796 pada tingkat signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 F_{tabel} &= n - k - 1 \\
 &= 171 - 2 - 1 \\
 &= 3,050
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil di atas dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakpia Kartini Gresik.

Analisis Koeffisien Determinasi dan Koeffisien Korelasi Hasil perhitungan koefisien korelasi dan determinasi penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error the Estimate	Durbin-Watson
1	.876 ^a	.767	.764	.40533	2.254

Sumber: data olahan peneliti

Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan program SPSS dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,876, artinya kuatnya hubungan antara variabel bebas harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian yaitu sebesar 87.6% sehingga dapat dikatakan hubungan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y adalah sangat tinggi karena berada pada interval koefisien 0,80-1,000.

Sedangkan nilai *R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,767 atau 76,7%. Angka tersebut memberikan arti bahwa perubahan keputusan pembelian pada bakpia Kartini dipengaruhi oleh tingkat harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 23,3% dipengaruhi faktor lain di luar pembahasan ini.

Pembahasan

Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas, maka akan dibahas hasil penelitian sebagai berikut :

1) **Harga Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakpia Kartini**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 8,242 yang artinya t hitung > t tabel = 8,242 > 1,974. Selain itu didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya signifikan. Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, yang artinya ada pengaruh secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian pada bakpia

kartini

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marwan Jhon Erixson Sinaga, Ardian Pandiangan (2020) yang menyimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Secara Serempak Maupun Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suture & Gloves Pada PT. Surgika. Menurut Indriyo, 2014:272 Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk

yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi.

Berdasarkan dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan Harga bukanlah sesuatu yang tidak penting karena harga ini sangat berhubungan dengan keputusan seseorang untuk membeli suatu produk. Ketika mendengar sebuah produk yang dijual dengan harga murah, pasti para konsumen akan berbondong-bondong lari dan berebutan untuk mendapatkan produk tersebut. Itulah sebabnya mengapa harga sangat berperan dalam menentukan keputusan seseorang untuk membeli suatu produk (marwanto, 2018). Konsumen akan mempertimbangkan faktor harga sebelum menetapkan keputusannya apakah konsumensanggup membeli atau tidak. Pentingnya penetapan harga produk yang dapat dilihat dari variasi harga berdasarkan kualitas sehingga konsumen dapat memilih dan menyesuaikan sesuai keinginan. 2) **Kualitas Produk Berpengaruh**

Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakpia Kartini

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 4,339 yang artinya t hitung $> t$ tabel = 4,339 $>$ 1,974. Selain itu didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya signifikan. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya ada pengaruh secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian bakpia Kartini Gresik.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rany Sugianto, Sugianta Ovinus Ginting, 2020 yang menunjukkan Bahwa Secara Parsial Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas Dan Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan *Medan Resort City*. Secara Simultan Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas Dan Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Rumah Pada Perumahan

MedanResortCity. Menurut Kotler dalam Intan (2019:13), produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk dapat

memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Memperbaiki kualitas produk adalah yang paling penting. Hal tersebut karena kualitas sebuah produk sangat menentukan keputusan seorang konsumen untuk membeli produk (Marwanto, 2015). Setelah konsumen mengetahui kesanggupannya dalam membeli sebuah produk, selanjutnya konsumen tersebut akan memperhatikan kualitas produk. Jika bahan baku yang digunakan berkualitas maka akan menghasilkan kualitas produk yang baik juga sehingga akan timbul keinginan untuk melakukan pembelian. Dari hasil kuesioner dapat disimpulkan banyak konsumen merasa puas dengan kualitas produk di bakpia kartini.

3) **Harga dan Kualitas Produk Berpengaruh Secara Simultan**

Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakpia

Kartini

Didapatkan nilai F hitung sebesar 275,796 pada tingkat signifikansi 0.000 dan F tabel sebesar 3,050 dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakpia Kartini Gresik.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marwan Jhon Erixson Sinaga, Ardian Pandiangan (2020) yang menyimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Secara

Serempak Maupun Parsial

Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suture & Gloves Pada PT. Surgika. Penjualan sangat erat kaitannya dengan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan (Kotler and Armstrong, 2018).

Berdasarkan dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan kekuatan membelinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli

membandingkan harga dan berbagai alternatif tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki. Berdasarkan penelitian menyediakan *bakery* dalam berbagai alternatif harga dan model. Keberagaman harga dan model ini disajikan sengaja oleh perusahaan denganmaksud untuk memenuhi permintaan konsumen akan kue dan mengambil keputusan untuk membelinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat

ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 8,242 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,242 > 1,974$). Dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya signifikan.
2. Variabel Kualitas produk (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,339 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,339 > 1,974$). Dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya signifikan.

3. Secara simultan (bersama-sama) Variabel Harga (X_1) dan Kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar $275,796 > F$ tabel sebesar 3,050. Dan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang artinya signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Setiyannigrum, 2015 *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset
- Bob Sabran, 2012, *Manajemen Pemasaran*, penerbit erlangga
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hidayat, Anwar. 2013. "Pengertian dan Tutorial Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser". Indriyo Gitosudarmo, 2014, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: IKAPI.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lenggang kurnia Intan, 2019,
- Marwanto, 2018, *Marketing Sukses*, Yogyakarta: Kobis.
- Morissan, M. A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- P. Kotler and G. Armstrong, 2018, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, U. 2015. *Metode Penelitian*

Sosial Kuantitatif . Edisi 4. Pt. Refika Aditama. Bandung.

Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refka Aditama.

Sofjan Assauri, 2009, *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi, Edisi Pertama*, Jakarta : Raja Grafindo.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Edisi9. Alfabeta. Bandung.

Thamrin Abdullah, 2013, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

Tim Penyusun, *Buku Pedoman Penyusunan Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Gresik

Tjiptono Fandy 2012. *Pemasaran Jasa. Edisi Pertama dan Kedua*. Malang : Bayu Media Publishing.

Tjiptono, F., & Chandra, G., 2012. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2008, *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.