

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP DAYA BELI BAHAN
BAKAR JENIS PERTALITE
(STUDI PADA KONSUMEN PT. PERTAMINA (PERSERO) MANADO)**

*THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICES ON BUYING FUEL TYPES OF PERTALITE
(STUDY ON CONSUMERS OF PT PERTAMINA (PERSERO) MANADO)*

Oleh :

Rinaldy A. P. Pomantow¹
Willem J. F. A. Tumbuan²
Sjendry S. R. Loindong³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-Mail :

¹andrinaldy07@gmail.com

²alfa.tumbuan@unsrat.ac.id

³loindong18s@gmail.com

Abstrak : Saat ini persaingan di dunia perdagangan terbilang sangat ketat, apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat seolah dunia tanpa batas. Persaingan terus terjadi dalam dunia perdagangan baik itu persaingan antar produsen barang dan jasa di suatu negara dengan negara lain dengan tujuan untuk menarik konsumen di dalam perdagangan internasional maka tidaklah mengherankan banyak perusahaan yang berdiri namun tidak semuanya berhasil sesuai yang diinginkan tanpa ditunjang oleh pengelolaan manajemen profesional. Untuk menghadapi persaingan tersebut banyak perusahaan melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan konsumennya dan memperoleh konsumen yang baru untuk membeli produknya dengan memberdayakan segala fungsi atau bidang yang ada termasuk pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Daya Beli Bahan Bakar Jenis Peralite (Studi Pada Konsumen PT. Pertamina (Persero) Manado). Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya beli, secara simultan, tetapi secara parsial Kualitas Produk tidak berpengaruh. Saran yang diberikan peneliti adalah perusahaan harus mempertahankan kualitas produk sehingga produk tersebut akan lebih banyak diketahui oleh konsumen dan mudah di ingat, serta pelayanan dan informasinya kemudian daripada itu adalah keunggulan-keunggulan dari produk tersebut.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, daya beli

Abstract : At present the competition in the world of commerce is fairly tight, especially with the globalization that has led to the emergence of free trade which makes the world seem unlimited. Competition continues to occur in the world of trade, whether it is competition between producers of goods and services in a country with another country with the aim of attracting consumers in international trade, so it is not surprising that many companies are established but not all succeed as desired without the management of professional management. To face this competition, many companies make various efforts to maintain their customers and obtain new consumers to buy their products by empowering all existing functions or fields including marketing. This study aims to determine the Effect of Product Quality and Price on the Purchasing Power of Peralite Type Fuel (Study on Consumers of PT Pertamina (Persero) Manado). The analytical method used is Multiple Linear Regression. The results of this study state that Product Quality and Price have a positive and significant effect on purchasing power, simultaneously, but partially Product Quality has no effect. Suggestions given by researchers are companies must maintain product quality so that the product will be more widely known by consumers and easy to remember, and service and information later than that are the advantages of these products.

Keywords: product quality, price, purchasing power

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Saat ini persaingan di dunia perdagangan terbilang sangat ketat, apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat seolah dunia tanpa batas. Untuk menghadapi persaingan tersebut banyak perusahaan melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan konsumennya dan memperoleh konsumen yang baru untuk membeli produknya dengan memberdayakan segala fungsi atau bidang yang ada termasuk pemasaran. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah menetapkan strategi pemasaran dimana dalam pemasaran seorang pemasar harus memperhatikan bauran pemasaran untuk meningkatkan daya beli konsumen terhadap suatu produk.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Kualitas Produk terhadap Daya Beli konsumen pada PT. Pertamina (Persero) Manado.
2. Harga terhadap Daya Beli konsumen pada PT. Pertamina (Persero) Manado.
3. Kualitas Produk dan Harga terhadap Daya Beli konsumen pada PT. Pertamina (Persero) Manado.

TINJAUAN PUSTAKA**Kualitas Produk**

Menurut Tjiptono (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sunyoto (2012:30) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012b:345) harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Daya Beli

Daya beli merupakan kemampuan seseorang dalam mengonsumsi suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2012a:168) Daya beli antara satu orang dengan yang lain berbeda-beda, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor dilihat dari status orang tersebut atau cita rasa pemilik, pekerjaan, dan jumlah penghasilan.

Penelitian Terdahulu

Yustiawan (2016) mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Daya Beli Konsumen Honda Vario, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek secara simultan maupun parsial terhadap Daya Beli Konsumen pada Honda Vario di MPM Motor Sidoarjo, Teknik analisa data yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Hasil Pengujian Menunjukkan Bahwa Variabel Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Secara Bersama-Sama Memiliki Pengaruh Signifikan Dan Positif Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Honda Vario Di Mpm Motor Sidoarjo.

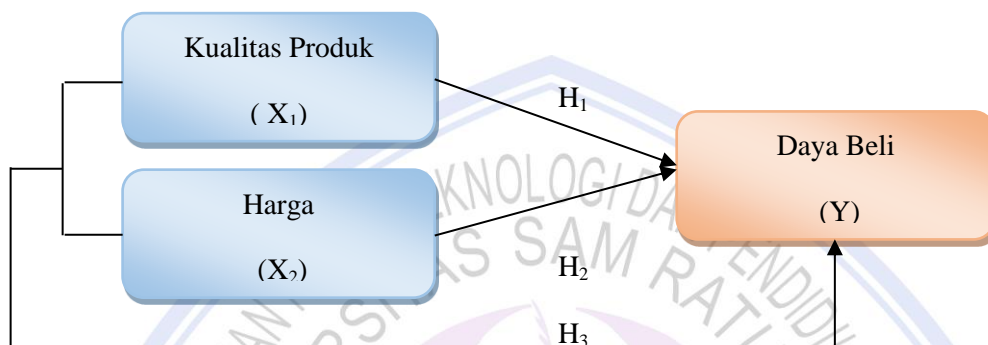
Supriadi (2013) mengenai Kualitas Produk, Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Percetakan Mitra Card Di Bandung, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, merek, dan harga terhadap Daya Beli Konsumen pada percetakan Mitra Card di kota Bandung, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil Analisis Secara Simultan Menunjukkan Kualitas Produk, Merek, Dan Harga Berpengaruh Terhadap Daya Beli Konsumen.

Supriyadi, Fristin, dan Indra (2016) mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X1 dan X2 baik itu secara parsial ataupun simultan, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Berdasarkan Hasil Penelitian, variabel Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Daya Beli

Konsumen, hal ini disebabkan karena faktor usia responden (mahasiswa) pada penelitian ini yang tergolong masih muda dan cenderung lebih mengutamakan *trends* dibandingkan dengan kualitas.

Ratnasari, Seno, dan Listyorini (2014) mengenai Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Universitas Diponegoro Semarang), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X1 dan X2 baik itu secara parsial ataupun simultan, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian Menyatakan Bahwa Ada Pengaruh Positif Dan Kuat Antara Variabel Citra Merek Terhadap Daya Beli Konsumen *Blackberry*, Ditunjukkan Oleh Koefisien Regresi 1,246 Dan Koefisien Korelasi 0,718 Dan Memberikan Kontribusi Sebesar 51,67%.

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1. Kerangka Hipotesis Penelitian

Sumber : *Kajian Teori*, 2018

Hipotesis Penelitian

- H₁: Diduga terdapat pengaruh Kualitas produk Peralite terhadap daya beli konsumen pada PT. Pertamina (Persero) Manado.
- H₂: Diduga terdapat pengaruh Harga Peralite terhadap daya beli konsumen pada PT. Pertamina (Persero) Manado.
- H₃: Diduga terdapat pengaruh kualitas produk, dan harga Peralite terhadap daya beli konsumen pada PT. Pertamina (Persero) Manado.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih, Sugiyono (2012:112). Penelitian ini mencari hubungan, antara variabel bebas Kualitas Produk (X₁) dan Harga (X₂) terhadap Variabel terikat Daya Beli (Y).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada Konsumen produk peralite dari PT. Pertamina (Persero) Manado. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan September sampai dengan bulan November 2018.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Peralite dari PT. Pertamina (Persero) Manado yang rata-rata konsumen peralite berjumlah 370 Orang Konsumen (PT. Pertamina (Persero) Manado, 2018). Pada penelitian ini, dikarenakan jumlah populasinya berjumlah 370 konsumen per hari, maka peneliti mengambil seluruh jumlah populasi menjadi sampel jenuh dengan kriteria sampel, konsumen membeli produk peralite, konsumen membeli produk peralite untuk dipakai, konsumen bersedia mengisi kuisioner penelitian, yang sampelnya berjumlah 370 Orang responden

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan terbuka atau tertutup dan dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun tidak langsung. Kuesioner pada penelitian ini akan dibagikan kepada jumlah sampel yang telah penulis tentukan yaitu Konsumen (PT. Pertamina (Persero) Manado. Pengukuran data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala Likert.

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat kecepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2010:455).

Uji Realibilitas

Reliabilitas/keandalan (derajat konsistensi) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2009:87).

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Suatu analisis dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 (Ghozali, 2009:97).

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastitas dan jika berbeda disebut heteroskedastitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastitas atau tidak terjadi heteroskedastitas (Ghozali, 2009:103).

Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2009:110). Cara termudah untuk melihat normalitas yaitu analisis grafik. Analisis grafik digunakan untuk melihat normalitas data dilakukan dengan melihat grafik histogram dan kurva normal *probability plot*.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diperlukan guna mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikan sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis.

Uji t (secara parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2009:115). Kriteria yang digunakan adalah: (Ghozali, 2013:67).

a) $H_0 : b_1 = 0$

Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

b) $H_a : b_1 > 0$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

a) Taraf Signifikan ($\alpha = 0,01$)

- b) Distribusi t dengan derajat kebebasan (n)
 c) Apabila t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima.
 d) Apabila t hitung < t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Uji F (secara simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013).

Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas yaitu:

- a. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$
 Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dependen yaitu Daya Beli (Y).
- b. $H_a : b_1, b_2, b_3 > 0$
 Artinya, ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dependen yaitu Daya Beli (Y).
 Menentukan F tabel dan F hitung dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,1$), maka:
- a) Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
 Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reabilitas

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Oleh sebab itu instrumen penelitian harus diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan koefisien korelasi pearson. Jika nilai korelasi di atas 0,3 mengindikasikan Instrumen yang digunakan telah valid. Uji reliabilitas menggunakan koefisien alpha cronbach. Jika nilai alpha di atas 0,6 mengindikasikan instrumen yang digunakan telah reliabel.

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada instrumen penelitian menggunakan software SPSS versi 25.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel	Sig	Alpha	Status
Kualitas Produk (X_1)	X _{1,1}	0,524	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{1,2}	0,746	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{1,3}	0,608	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{1,4}	0,410	0.3610	0,005	0,05	Valid
	X _{1,5}	0,807	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{1,6}	0,708	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{1,7}	0,687	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{1,8}	0,601	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{1,9}	0,727	0.3610	0,000	0,05	Valid
Harga (X_2)	X _{2,1}	0,812	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{2,2}	0,735	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{2,3}	0,900	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{2,4}	0,624	0.3610	0,000	0,05	Valid
	X _{2,5}	0,755	0.3610	0,000	0,05	Valid
Daya Beli (Y)	Y ₁	0,486	0.3610	0,000	0,05	Valid

Y_2	0,810	0.3610	0,000	0,05	Valid
Y_3	0,842	0.3610	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0, 2018

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,869	Sangat Reliabel
Harga (X_2)	0,833	Sangat Reliabel
Daya Beli (Y)	0,874	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0, 2018

Uji Multikolinearitas

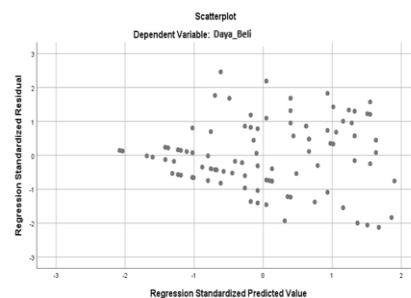
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0.871	1.148	Non multikolinieritas
Harga (X_2)	0.871	1.148	Non multikolinieritas

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0, 2018

Hasil dari perhitungan terlihat pada Tabel 3 menghasilkan nilai VIF untuk seluruh variabel X (X_1 Kualitas Produk dan X_2 Harga) kurang dari 10 (<10) dan nilai *Tolerance* untuk seluruh variabel X (X_1 Kualitas Produk dan X_2 Harga) lebih dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas



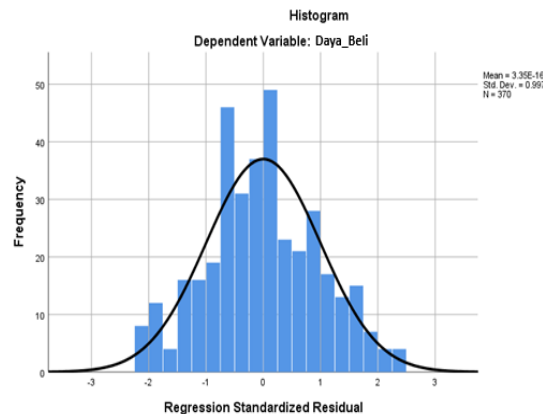
Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Olahan data SPSS 25.0, 2018

Gambar 2 menyatakan bahwa grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heterokedastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel Daya Beli Konsumen (Y)

Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan melalui pendekatan grafik (*histogram dan P-Plot*) hasilnya sebagai berikut :



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Olahan data SPSS 25.0, 2018

Gambar 3 menunjukkan bahwa kurva normal pada histogram diatas, dapat dikatakan bahwa model berdistribusi normal, karena membentuk lonceng.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	14.509	1.843		7.874	.000		
	Kualitas_Produk	-.047	.075	-.032	-.626	.531	.871	1.148
	Harga	.348	.046	.391	7.550	.000	.871	1.148

a. Dependent Variable: Daya_Beli

Sumber: Olahan data SPSS 25.0, 2018

Hasil pengujian Tabel 4. dapat ditulis dalam bentuk persamaan regresi bentuk *Standardized Coefficients* diperoleh persamaan sebagai berikut: $Y = 14,509 - 0,047X_1 + 0,348X_2$

Dimana:

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Hargai

Y = Daya Beli

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa :

1. Nilai constant sebesar 14,509 memberikan pengertian bahwa jika faktor Kualitas Produk dan Harga tidak dilakukan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Daya Beli adalah 14,509%.
2. Untuk Variabel Kualitas Produk (X_1) koefisien regresinya adalah negatif, hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Produk (X_1) meningkat 1%, maka Daya Beli (Y) akan menurun sebesar -0,047%.
3. Untuk Harga (X_2) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Harga (X_2) meningkat 1%, maka Daya Beli (Y) akan meningkat sebesar 0,348%.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 5. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	465.788	2	232.894	30.993	.000 ^b
	Residual	2757.782	367	7.514		
	Total	3223.570	369			

a. Dependent Variable: Daya_Beli

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0, 2018

Berdasarkan tabel 5 (tabel ANOVA yang dihasilkan dari analisis regresi dengan bantuan program SPSS 25.0).Hasil perhitungan didapatkan angka F hitung (30.993) > F tabel (30.1) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh terhadap Daya Beli (Y) Produk Pertalite PT. Pertamina Manado secara simultan

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.sebagai nilai t hitung yang akan dibandingkan dengan nilai t tabel.

Tabel 6. Hasil Uji t-Test (uji parsial)

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	14.509	1.843		7.874	.000		
	Kualitas_Produk	-.047	.075	-.032	-.626	.531	.871	1.148
	Harga	.348	.046	.391	7.550	.000	.871	1.148

a. Dependent Variable: Daya_Beli

Sumber: Olahan data SPSS 25.0, 2018

Hasil analisis regresi pada tabel 6 Menyatakan bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar -0,626 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,649 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 diterima artinya Kualitas Produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Beli (Y), dengan demikian H_a ditolak.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Harga (X_2) sebesar 7,550 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,649 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Daya Beli (Y), dengan demikian H_a dapat diterima.

Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi menjelaskan besar kontribusi yang diberikan masing-masing variable bebas terhadap variabel terikatnya. Berikut ini adalah tabel model summary hasil analisis regresi:

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji Koefisien Korelasi (R)

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.380 ^a	.144	.140	2.74124	1.203	

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga

b. Dependent Variable: Daya_Beli

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0, 2018

Hasil penelitian tabel 7 menyatakan bahwa bahwa pengaruh antara Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Daya Beli Konsumen (Y) Pertalite PT Pertamina Manado, dapat dilihat melalui koefisien korelasi. Hasil Koefisien Korelasi atau R sebesar 0,380 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara Kualitas Produk (X_1)

dan Harga (X_2) terhadap Daya Beli Konsumen Peralite (Y) PT. Pertamina Manado mempunyai hubungan yang kuat yaitu sebesar 38%.

Dapat diketahui juga hasil Koefisien Determinasi atau R^2 adalah 0,114 yang menunjukkan bahwa 11,4% atau bisa dibulatkan menjadi 11% Daya Beli dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Harga sementara sisanya sebesar 89% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan dalam uji t sebelumnya ditemukan bahwa variabel Kualitas Produk dalam penelitian ini memiliki tidak pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Beli Konsumen Peralite PT. Pertamina Manado. Kualitas Produk yang baik dari produk tentunya Daya Beli. Hal ini terjadi karena, pada dasarnya, konsumen membutuhkan pelayanan dan informasi yang baik dan jelas. Kualitas Produk yang jelas pastinya akan meningkatkan daya beli terhadap BBM jenis Peralite. Kualitas Produk yang baik juga membuat konsumen dapat membedakan BBM Peralite dengan jenis BBM yang lain. Implikasi dari penelitian ini adalah Kualitas Produk menjadi salah satu strategi yang bisa digunakan oleh pihak perusahaan untuk dapat memberikan identitas yang baik terhadap BBM Peralite sehingga BBM Peralite dapat lebih dikenal dan mudah ingat, baik itu dari pelayanannya ataupun informasi yang diberikan. Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian dari Akbar, Lubis, dan Listyorini (2014), yang dalam hasil penelitian menyatakan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Beli.

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan dalam bab 4 sebelumnya ditemukan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Daya Beli BBM jenis Peralite Studi Konsumen PT. Pertamina Manado. Dapat diartikan bahwa adanya hubungan yang signifikan dari Harga terhadap Daya Beli dimana Harga merupakan faktor pendukung penting yang dibutuhkan sebuah produk dalam bersaing dengan produk-produk lainnya dimana Harga menunjukkan bahwa produk tersebut mudah ditemukan, dan mudah untuk dijangkau untuk semua kalangan. Dimana ketika sebuah produk memiliki Harga yang baik tentunya akan meningkatkan Daya Beli terhadap produk tersebut. Penelitian ini pun dikuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akbar, Lubis, dan Listyorini (2014), yang dalam hasil penelitian menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Beli. Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Refan, Anton, dan Sigit (2015) Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Daya Beli Konsumen Konsumen Di J.Co Jakarta, yang menyatakan bahwa Secara Simultan Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Beli Konsumen Konsumen. Secara Parsial Brand Image Dan Kualitas Produk Yang Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Beli Konsumen Konsumen Dan Variable Harga Berpengaruh Tidak Signifikan Terhadap Daya Beli Konsumen Konsumen. Kualitas Produk Dan Citra Merek Memiliki Kontribusi Terhadap Daya Beli Konsumen Konsumen, Maka Pihak J.Co Jakarta Sebaiknya Memperhatikan Kualitas Produk Dan Citra Merek Perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian adalah:

1. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Kualitas Produk Peralite tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya Beli Konsumen PT. Pertamina Manado.
2. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya Beli Konsumen PT. Pertamina Manado.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Untuk PT. Pertamina Manado agar mempertahankan dan meningkatkan lagi Kualitas produknya lagi sehingga produk tersebut akan lebih banyak diketahui oleh konsumen dan mudah di ingat, serta pelayanan dan informasinya kemudian daripada itu adalah keunggulan-keunggulan dari produk tersebut seperti daya tahan dan variasi dari produk tersebut.
2. Penelitian yang akan dilakukan selanjutnya supaya dapat memperluas penelitian dengan menambahkan faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap Daya Beli Konsumen yang belum diteliti dalam penelitian ini sehingga hasil penelitian dapat lebih menggambarkan kondisi sesungguhnya selama jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F. D., Lubis, N., dan Listyorini, S. 2014. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Pemilik Iphone (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. Diakses tanggal : 24/10/2018
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12, Jilid 1. PT. Indeks, Jakarta.
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12, Jilid 2. PT. Indeks, Jakarta.
- Mustafa, Z. E. 2009. *Mengurai Variabel hingga Intrumentasi*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ratnasari, M. D., Seno, A. H., dan Listyorini, S. 2014. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. Hal. 1-6 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. Diakses tanggal : 24/10/2018.
- Refan. M., Anton. R., dan Sigit, P. 2015. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Daya Beli Konsumen Konsumen Di J.Co Jakarta. *Journal Of Management*. Vol.5, No.2, Hal.2. <http://id.portalgaruda.org>. Diakses tanggal : 24/10/2018
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Edisi Pertama. Alfabeta, Bandung.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 2. Erlangga, Jakarta.
- Supriadi, V. 2013. Kualitas Produk, Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Daya Beli Konsumen Konsumen Pada Percetakan Mitra Card Di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.4, Hal. 831-840. <http://ejournal.unsrat.ac.id/>. Diakses tanggal : 24/10/2018
- Supriyadi., Fristin, Y., dan Indra, G. K. N. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol.3 No.1. <http://id.portalgaruda.org>. Diakses tanggal : 24/10/2018
- Tjiptono, F. 2012. *Brand Management & Strategy*. Andi, Yogyakarta.
- Yustiawan, O. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Daya Beli Konsumen Honda Vari. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 5, No.2, ISSN: 2461-059. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. Diakses tanggal : 24/10/2018