

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani

Randa Syahbudin¹
Tinneke Tumbel²
Anneke Punuindoong³

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email: randa.as00@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine the influence of product quality and price on purchasing decisions at the Umah Duren Ahmad Yani branch. This research uses quantitative methods using a sample of 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire which is then distributed using Google Form and using a Likert scale. After processing the multiple linear regression data, the results showed that the Product Quality and Price variables had a significant influence on the Purchasing Decision variable at Umah Duren, Ahmad Yani Branch, Manado City.*

Keyword: *Product Quality, Price, Purchase Decision*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di umah duren cabang ahmad yani. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang kemudian disebarakan dengan google form dan menggunakan skala likert. Setelah dilakukan olah data regresi linier berganda didapatkan hasil bahwa variabel Kualitas Produk Dan variabel Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani Kota Manado.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Di Indonesia durian mulai dibudidayakan secara intensif sehingga kualitasnya meningkat. Hal ini menjadi penting terutama karena Indonesia memiliki varietas durian yang sangat beragam. Setiap tahunnya jumlah penduduk Negara Indonesia semakin meningkat. Angka jumlah generasi milenial pun semakin meningkat setiap tahunnya. Kondisi tersebut berdampak pada semakin meningkatnya kebutuhan serta keinginan dari setiap individu. Hal tersebut merupakan peluang bagi setiap perusahaan untuk dapat berinovasi serta berusaha memenuhi setiap keinginan dan kebutuhan konsumen. Salah satu industri yang cukup berkontribusi di dalam pemenuhan kebutuhan konsumen dalam hal ini adalah industri food and beverage.

Sejalan dengan pendapat ketua Gapmmi yaitu gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia Adhi Lukman dalam (Ong,2013) pertumbuhan bisnis makanan dan minuman mencapai 12,75% pada tahun 2012. Perusahaan yang bergerak pada industri tersebut saling berlomba-lomba untuk berinovasi di dalam menghasilkan makanan maupun minuman yang enak dan menarik, sehingga mampu menarik perhatian dari para konsumen. Salah satu produk minuman dan makanan yang cukup menjadi

trend di kalangan anak muda masa kini adalah makanan durian.

Gerai Umah Duren merupakan sebuah usaha kuliner yang bergerak pada makanan khas yaitu durian, berada di Jalan Ahmad Yani No.18 Manado. Hal yang menarik dari Gerai Umah Duren ini adalah gerai yang hanya berupa halaman toko yang tidak terlalu besar yang langsung berhadapan dengan badan Jalan Ahmad Yani. Meja dan kursi tertata seadanya. Tetapi, tempat ini tak pernah sepi pengunjung, apalagi saat malam Sabtu atau malam Minggu. Kadang pengunjung harus antri karena meja dan kursi penuh sesak. Selain itu Umah Duren juga terdapat berbagai macam jenis durian dan yang sering di minati para pembeli yaitu durian Montong, Terdapat juga berbagai macam menu mulai dari minuman boba durian, Es krim durian, Es lilin durian hingga makanan pancake durian. Harga Makanan di umah duren bervariasi antara Rp 7.180, Rp 50.000 hingga Rp 100.000, tergantung ukuran.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis di Kota Manado, membuat Umah Duren semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga Umah Duren yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati

kepuasan konsumen dalam usaha-usaha pemasaran Durian yang dilakukan. 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 (Kotler, 2000). Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Umah Duren Cabang Ahmad Yani”

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di umah duren?
2. Apakah harga berpengaruh keputusan pembelian di umah duren?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di umah duren?

Tujuan dari Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di umah duren
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh keputusan pembelian di umah duren
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di umah duren

Tinjauan Pustaka

Kualitas Produk

Menurut Kotler & Keller (2016:54), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Menurut John W. Mullins dan Orville C. Walker (2013:252), suatu produk dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memenuhi keinginan atau kebutuhan melalui penggunaan, konsumsi atau akuisisi. Dari pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa produk merupakan hasil akhir dari rangkaian proses produksi yang dapat berupa barang atau jasa dan dapat digunakan untuk memenuhi keinginan konsumen.

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, (Kotler dan Armstrong 2015:253). Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat diketahui bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam

memenuhi keinginan konsumen.

Adapun Konsep Kualitas Produk ialah Seorang pemasar dalam mengembangkan produk harus menetapkan kualitas tertentu bagi produknya, karena kualitas produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang internal dan eksternal. Karena dari sudut pandang pemasaran kualitas diukur dengan persepsi pembeli. Pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk berdasarkan persepsinya, suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli, (Kotler 2015:78)

Selain mempunyai konsep, kualitas produk juga mempunyai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas kualitas produk, sebagai berikut:

1. Fungsi suatu produk
2. Wujud luar produk
3. Biaya produk tersebut

Selain itu kualitas produk juga mempunyai indikator-indikator kualitas produk, sebagai berikut:

1. Daya tahan produk
2. Keistimewaan produk
3. Keandalan produk
4. Kesesuaian dengan spesifikasi
5. Estetika produk

Harga

Flexible Secara umum, harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh karena itu harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa itu sendiri. Menurut Samsul Ramli (2013:51), pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk. Sedangkan menurut Philip Kotler (2013) pengertian harga adalah sejumlah uang yang di bebaskan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus di bayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa.

Dari pengertian harga yang dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah salah satu unsur yang sangat penting dalam pemasaran yang dinyatakan baik dalam bentuk uang maupun barang untuk mendapatkan manfaat, keuntungan, atau kepemilikan suatu barang atau jasa yang ditetapkan oleh pihak penjual di suatu tempat dan waktu tertentu dengan penuh akal sehat dan pertimbangan positif demi keberlangsungan proses ekonomi secara terus-menerus.

Tujuan penetapan harga menurut Kotler dan Keller dalam Sabran (2012:76) pada dasarnya

terdapat empat jenis penetapan harga, yaitu:

1. Tujuan Berorientasi pada Laba
2. Tujuan Berorientasi pada Volume
3. Tujuan Berorientasi pada Citra
4. Tujuan Stabilisasi Harga
5. Tujuan-tujuan Lainnya

Ada 5 indikator harga menurut Tjiptono 2012:58, sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Potongan harga
5. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Keputusan Pembelian

Carl Rogers Menurut Menurut Kotler & Armstrong (2016:177), Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Keputusan pembelian merupakan salah satu konsep dari perilaku konsumen baik individu, kelompok ataupun organisasi dalam melakukan penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada dan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Proses keputusan pembelian model ada lima tahap menurut Kotler dan Armstrong (2016:176) adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternative
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (2016:188), mengemukakan keputusan pembelian memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1. Pilihan produk
2. Pilihan penyalur
3. Waktu pembelian
4. Jumlah pembelian
5. Metode pembayaran

Ada 5 Struktur Keputusan Pembelian Menurut (Kotler dan Armstrong, 2012: 176), yaitu:

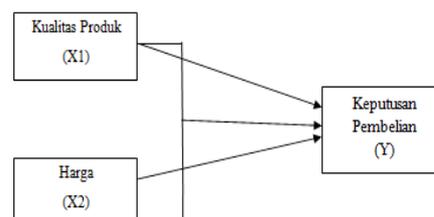
1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi Alternatif Di tahap ini konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam pemilihan perangkat.

4. Keputusan Pembelian Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek yang ada dalam set pilihan.
5. Perilaku Pasca Pembelian Ini adalah tahap dimana keputusan lanjutan dari pembeli setelah melakukan pembelian berdasarkan kepuasan dan potensi pengulangan pembelian kembali.

Adapun faktor-faktor keputusan pembelian menurut Menurut Phillip Kotler, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor budaya
2. Faktor sosial
3. Pribadi
4. Psikologi
5. Faktor Budaya
6. Faktor sosial
7. Psikologi Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis.

Kerangka Pemikiran



hipotesis atau dugaan sementara dalam permasalahan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani
3. Kualitas produk dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani

Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian dilakukan di manado cabang ahmad yani. Penelitian ini menggunakan 100 responden untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert dengan cara mengisi angket/kuisisioner yang dibagikan. Teknik yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu teknik simple random sampling (pengambilan sampel acak sederhana). Teknik simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu

(Sugiyono 2001:57) Uji instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien korelasi berganda, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi. Uji hipotesis yang di gunakan yaitu uji T (parsial) dan uji F (silmutan).

Hasil Penelitian Uji Validitas

Variabel	Rata-rata R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,823	0,195	VALID
Harga (X2)	0,777	0,195	VALID
Keputusan Pembelian (Y)	0,867	0,195	VALID

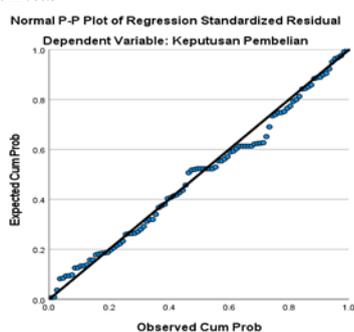
Berdasarkan hasil uji validitas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata R hitung untuk variabel Gender Equality (X1), Flexible Working (X2), dan variabel Aktualisasi Diri (Y) dinyatakan valid karena lebih besar dari R tabel yaitu 0,195. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji reliabilitas

Nama Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,943	Reliabel
Harga (X2)	0,926	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,942	Reliabel

Berdasarkan uji Realibilitas yang telah dilakukan, diketahui bahwa hasil Kualitas produk (X1) adalah 0.943, hasil Harga (X2) adalah 0.926, dan hasil Keputusan pembelian (Y) adalah 0.942. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk (X1), Harga (X2), dan Keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliebel.

Uji Normalitas



Berdasarkan Gambar diatas, Uji Normalitas Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di umah duren dapat dilihat bahwa data yang tersebar berada dekat disekitar garis tengah atau diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada grafik histogram, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pola distribusi normal. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa dari Grafik P-P Plot , model regresi memenuhi asumsi normalitas.

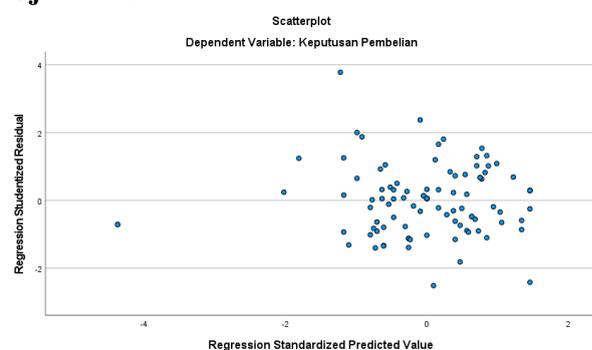
Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						Tolerance	VIF
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	3.242	2.238			1.449	.151		
Kualitas Produk	.294	.117	.192		2.507	.014	.460	2.176
Harga	.737	.079	.710		9.290	.000	.460	2.176

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Uji Multikolinieritas terhadap variabel Kualitas produk dan harga, dapat dilihat bahwa sesuai dengan dasar pengujian nilai Tolerance yang mana nilai tolerance harus berada diatas 0.10 dan dapat dilihat dari variabel Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) terdapat nilai Tolerance yaitu .460 yang berarti berada di atas nilai 0.10. Begitupun dengan nilai VIF nya, berdasarkan penilaian yang ada bahwa jika nilai VIF berada di bawah 10.00 menyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas, dan dalam hasil pengujian ini dapat dilihat pada tabel bahwa nilai dari VIF dalam variabel Kualitas produk dan Harga memiliki nilai VIF berjumlah 2.176 yang berarti berada dibawah nilai 10.00 jadi hal ini menyatakan bahwa dalam pengujian ini tidak terjadi multikolinieritas. Jadi dapat disimpulkan pada uji multikolinieritas bahwa dalam variabel Kualitas produk dan Harga tidak terjadi mulitkolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Dilihat dari gambar diatas menunjukkan bahwa dalam pegujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini terbukti tidak terjadi masalah heteroskedastisitas antara Kualitas produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian, sesuai dengan keterangan yang

ada di dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Koefisien Korelasi Berganda (r)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.735	3.754

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

Hasil uji korelasi berganda mengungkapkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Harga) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian), yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,860. Temuan ini menegaskan bahwa baik kualitas produk maupun faktor harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.242	2.238		1.449	.151
Kualitas Produk	.294	.117	.192	2.507	.014
Harga	.737	.079	.710	9.290	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai konstanta a sebesar 3.242, koefisien regresi b1 sebesar 0.294 , koefisien regresi b2 sebesar 0.737. Koefisien regresi (a, b1, b2) didistribusikan kedalam persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b1X1 + b2X2$$

Sehingga persamaan regresi linier berganda, menjadi :

$$Y = 3.242 + 0.294X1 + 0.737X2$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut, dapat diketahui bahwa :

A. Nilai Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 3.242 berarti apabila Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) nilainya 0 atau konstan, maka Keputusan pembelian (Y) nilainya sebesar 3.242

B. Kualitas produk

Nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas produk sebesar 0.294 dengan demikian menyatakan bahwa setiap penambahan 1% pada variabel Kualitas produk, maka akan menyebabkan peningkatan pada variabel Keputusan pembelian yang sebesar 0.294. Namun sebaliknya apabila variabel Kualitas produk berkurang 1% maka akan menyebabkan penurunan pada variabel Kualitas produk sebesar 0.294, arah hubungan variabel Kualitas produk dengan Harga adalah searah (+), yang dimana jika terjadi kenaikan nilai Kualitas produk dapat mengakibatkan peningkatan terhadap nilai Harga dan begitupun

sebaliknya apabila terjadi penurunan nilai Kualitas produk dapat mengakibatkan penurunan terhadap nilai Harga .

C. Harga

Nilai koefisien regresi dari variabel Harga sebesar 0.737 dengan demikian menyatakan bahwa setiap penambahan 1% pada variabel Harga, maka akan menyebabkan peningkatan pada variabel Keputusan pembelian sebesar 0.737. Namun sebaliknya apabila variabel Harga berkurang 1% maka akan menyebabkan penurunan pada variabel Keputusan pembelian sebesar 0.737, arah hubungan variabel antara Harga dan Keputusan pembelian adalah searah (+), yang mana apabila terjadi kenaikan nilai Harga dapat mengakibatkan peningkatan terhadap nilai Keputusan pembelian begitupun sebaliknya apabila terjadi penurunan nilai Harga dapat menyebabkan penurunan terhadap nilai Keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.735	3.754

a. Predictors: (Constant), Harga, kualitas produk

Dapat diketahui bahwa nilai R square atau koefisien sebesar 0,740 maka dapat diketahui nilai R² yang dihasilkan sebesar 0,740 atau 74%. Hal ini menjelaskan bahwa Keputusan pembelian di umah duren cabang ahmad yani kota manado dipengaruhi oleh variabel Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) sebesar 74%. Sedangkan untuk sisanya 26% Keputusan pembelian di umah duren caabang ahmad yani kota manado dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.242	2.238		1.449	.151
Kualitas produk	.294	.117	.192	2.507	.014
Harga	.737	.079	.710	9.290	.000

Dapat diketahui bahwa,

1. Nilai t hitung untuk variabel Kualitasproduk (X1) sebesar 2,507 < dari t tabel yang bernilai 1,984, Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0.050) yaitu sebesar

0,014. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian.

2. Nilai t hitung untuk variabel Harga (X2) sebesar 9,290 lebih besar dibandingkan dengan t tabel yang bernilai 1,984. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih besar dari Alpha (0,050) yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian.

Uji F

Model	Sum of squares	Anova ^a		F	Sig
		Df	Mean square		
1 Regres	3889.349	2	1944.675	138.002	.001 ^b
Residual	1366.891	7	14.092		
Total	5256.240	9			

- a. Dependent Variable: Keputusan pembelian
- b. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk

Untuk menguji pengaruh variabel bebas (X1, X2) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama atau simultan, dilakukan dengan menggunakan uji F. Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 138,002 dengan tingkat signifikansi 0,01^b. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,01 < 0,05$) dan F hitung lebih besar dari F tabel ($138,002 > 3,095$). Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani Kota Manado. Hasil ini dapat dijadikan indikasi bahwa kualitas produk merupakan faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen di cabang tersebut. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan kualitas produk dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan jumlah dan kepuasan pelanggan di Umah Duren Cabang Ahmad Yani Kota Manado.

Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani Kota Manado. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika Harga produk di Umah Duren Cabang Ahmad Yani dinaikkan atau diturunkan, hal tersebut secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks ini, nilai t hitung yang besar dan p-value yang sangat kecil menegaskan bahwa variabel Harga adalah faktor yang penting dan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani Kota Manado. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor, yaitu kualitas produk dan harga, memiliki pengaruh yang saling terkait dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian terdahulu yang di lakukan oleh peneliti (widiansyah ibrahim 2018) dengan judul Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Durian (Studi Kasus : Ucok Durian Jl. Wahid Hasyim No. 30 Kecamatan Medan Baru) yang menyatakan bahwa Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Ucok Durian adalah atribut produk dan kualitas pelayanan.

Dan juga penelitian yang di lakukan oleh (Ridho Saputra 2020) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru (Studi Kasus : Label Store Pekan Baru) yang menyatakan bahwa Harga dan kualitas produk secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Label Store Pekan Baru.

Simpulan

Kesimpulan yang didapat oleh peneliti setelah melakukan olah data dan melihat hasil penelitian yang didapat adalah bahwa hasil ini mengindikasikan bahwa selain kualitas produk yang penting, harga juga memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di cabang tersebut. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan dan semakin kompetitif harga yang ditetapkan oleh Umah Duren Cabang Ahmad Yani Kota Manado, semakin besar kemungkinan konsumen akan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Referensi

John W. Mullins & Orville C Walker, *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, Edisi (McGraw: Hill International Edition, 2013)

- Kotler & Keller, (2016), Marketing Management, 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler dan Keller. 2012. [Marketing Management, 14th Edition-Prentice. New Jersey](#) : Prentice Hall.
- Joshua, D, Dan Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
- Ramli, Samsul, 2013. Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, Visi Media, Jakarta.
- Ridho Saputra. 2020. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. Jurnal repository.uir.ac.id.
- Widiansyah Ibrahim. 2018. Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Durian (Studi Kasus : Ucok Durian Jl. Wahid Hasyim No. 30 Kecamatan Medan Baru). [Jurnalepostory.umsu.ac.id](#).