

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV DECORINDO FLOORING

Chynthia Herianto¹, Wilinny²

¹Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

²Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

e-mail: ¹Chyyynnn10@gmail.com, ²linny_sagitarius@yahoo.com

Abstrak

Metode penelitian yang digunakan kuantitatif asosiatif hubungan kausal. Jumlah responden/sampel sebanyak 100 orang pelanggan Cv. Decorindo Flooring. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik nonprobability sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisis linear berganda. Perumusan masalah pada penelitian ini, apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang signifikan Harga terhadap keputusan Pembelian pada CV Decorindo Flooring. Ada pengaruh yang signifikan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV Decorindo Flooring. Ada pengaruh yang signifikan antara Harga dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV Decorindo Flooring.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Abstract

The research method used is quantitative associative causal relationship. The number of respondents/samples is 100 customers of CV. Decorindo Flooring. The sampling technique used is nonprobability sampling technique. This study uses multiple linear analysis techniques. The formulation of the problem in this study, whether price partially affects purchasing decisions, whether product quality partially affects purchasing decisions, whether price and product quality simultaneously affect purchasing decisions. While the purpose of the research in this study is to determine whether price partially affects purchasing decisions, to determine whether product quality partially affects purchasing decisions, to determine whether price and product quality simultaneously affect purchasing decisions. The results of the study showed that there was a significant influence of Price on Purchasing Decisions at CV Decorindo Flooring. There was a significant influence of Product Quality on Purchasing Decisions at CV Decorindo Flooring. There was a significant influence between Price and Product Quality on Purchasing Decisions at CV Decorindo Flooring.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decisions

I PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Pemasaran salah satu aspek terpenting dalam kegiatan bisnis yang disusun atau dirancang untuk menentukan sebuah konsep produk, harga, promosi, distribusi produk, sumber daya, dan strategi penjualan tentunya. Pemasaran memiliki sifat dan peranan yang sangat penting karena pemasaran mempunyai kedudukan sebagai sarana perantara antara produsen dan konsumen dalam melakukan transaksi penjualan dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, yang membedakan proses pengambilan keputusan tersebut adalah ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidup masing-masing konsumen. Menurut (Schiffman & Kanuk, 2020) keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Tindakan pengambilan keputusan tersebut meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualannya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya (Alma, 2021).

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya adalah harga. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan besarnya keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari suatu penjualan. Menurut (Tjiptono, 2020). Menyebutkan harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan

agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Hasil Penelitian (Mokoagouw, 2021) bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian lapisan talas Kujang Bogor untuk tujuan bisnis waralaba.

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar.

Dampak terhadap peningkatan pendapatan terjadi melalui peningkatan penjualan atas produk berkualitas yang berharga kompetitif. Dengan memperhatikan aspek kualitas produk, maka tujuan perusahaan untuk memperoleh laba yang optimal dapat terpenuhi sekaligus dapat memenuhi tuntutan konsumen akan produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif.

Menurut (Firmansyah, 2020) hubungan yang kuat antara kualitas produk dan keputusan pembelian ini di dasarkan pada faktor yang memberikan pengaruh pada keputusan pembelian oleh konsumen, dapat dilihat bahwa faktor psikologis yaitu persepsi atau penilaian pembeli terhadap kualitas produk dan merek yang mempunyai reputasi mempengaruhi bagaimana konsumen akan menentukan keputusan pembelian. Hasil penelitian (Mokoagouw, 2021) menyatakan terdapat pengaruh signifikansi pada hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian terhadap produk tas merk X pada mahasiswa FIP Universitas Negeri Surabaya.

CV. Decorindo Flooring adalah perusahaan yang bergerak di bidang lantai interior, produk yang kami jual adalah lantai vinyl, lantai spc, lantai kayu laminated flooring dan lantai solid laminated flooring dengan harga yang kompetitif dan hasil pemasangan yang memuaskan. CV. Decorindo Flooring menjual produknya mulai dengan kisaran harga Rp. 95.000 – Rp. 190.000/M². Namun, dengan kondisi ekonomi saat ini, belum diketahui apakah harga yang ditetapkan oleh perusahaan sudah sesuai seiring dengan tingginya harga bahan baku terhadap daya beli konsumen ditambah lagi dengan nilai rupiah yang makin melemah.

Berdasarkan hasil pra riset penulis bahwa jika dibandingkan dengan harga antara lantai vinyl vs keramik, harga lantai vinyl dan keramik memiliki perbedaan yang tidak terlalu jauh. Masing-masing keramik maupun lantai vinyl memiliki harga yang variatif, tergantung dengan jenis bahan, motif, ukuran, dan kualitas barang. Namun pada kenyataannya harga lantai vinyl atau spc lebih mahal dibandingkan dengan produk lantai keramik. Salah satu kekurangan dari lantai spc adalah ketahanannya terhadap goresan yang masih terbatas. Meskipun lantai spc termasuk tahan gores, lantai ini dapat tergores jika terkena benda yang tajam atau kasar. Hal ini dapat terjadi terutama pada lantai spc yang tidak memiliki pelindung permukaan tambahan yang bagus (Wear Layer). Sementara itu, lantai vinyl tidak cocok untuk pemakaian eksterior yang sepanjang hari harus terkena sinar matahari dan percikan air berkepanjangan.

Berdasarkan hasil penelitian (Haque, 2020) bahwa Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian (Satdiah, et al., 2023) secara simultan, baik harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian cat.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada CV Decorindo Flooring”**.

II METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2020), menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

III HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Tugas Akhir Data Responden

Pada penelitian ini peneliti mengambil objek adalah Pelanggan CV Decorindo Flooring. Pengolahan data dalam bentuk angket ini masing-masing dari 8 item pernyataan untuk variabel X_1 (Harga), 12 item pernyataan untuk variabel X_2 (Kualitas Produk), dan 10 pernyataan untuk variabel Y (Keputusan Pembelian). Angket ini diberikan kepada 83 Pelanggan CV Decorindo Flooring yang akan diolah nantinya dengan menggunakan skala *Likert Sumated Rating* agar mendapatkan hasil yang valid dan reliabel.

Tabel 1. Skala Likert

Opsi	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak	1

Setuju	
--------	--

Dari ketentuan di atas untuk nilai skala likert berlaku dalam menghitung variabel (Harga dan Kualitas produk) variable terikat (Keputusan Pembelian).

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan Pelanggan CV Decorindo Flooring sebanyak 83 responden, yang terdiri dari beberapa karakteristik, baik jenis kelamin, usia, jurusan. Dari kuesioner yang disebarkan diperoleh data responden sebagai berikut

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	72	86,7%
2	Perempuan	11	13,3%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 11 orang (13,3%) dan laki-laki sebanyak 72 orang (86,7%). Maka dalam penelitian ini responden didominasi oleh jenis kelamin laki-laki

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	<25 tahun	6	7.3%
2	25-35 tahun	20	24.1%
3	36-45 tahun	30	36.1%
4	>45 tahun	27	32.5%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Dari data diatas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian

ini yaitu usia antara < 25 tahun sebanyak 6 orang (6), yang memiliki usia 25-35 tahun sebanyak 20 orang (24,1%), yang memiliki usia 36-45 tahun sebanyak 30 orang (36,1%), yang memiliki usia > 27 tahun sebanyak 32,6 orang (30%).

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Wiraswasta	41	49.4
2	PNS/BUMN	31	37.3
3	Karyawan Swasta	5	6.1
4	Lain-lain	6	7.2
Jumlah		83	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Dari data di atas diketahui bahwa sebagian besar responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu Wiraswasta sebanyak 41 orang (49,4%), PNS/BUMN sebanyak 31 orang (37,3%), Karyawan Swasta sebanyak 5 orang (6,1%), lain-lain sebanyak 6 orang (7,2%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa berdasarkan pekerjaan responden didominasi oleh wiraswasta yaitu sebanyak 49,4%.

Tabel 5. Skor Angket Untuk Tanggapan/Jawaban Responden Variabel Harga (X1)

No P e r	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	15.7	47	56.6	22	26.5	1	1.2	0	0	83	100
2	13	15.7	52	62.7	14	16.9	4	4.8	0	0	83	100
3	12	14.5	50	60.2	20	24.1	1	1.2	0	0	83	100
4	19	22.9	46	55.4	17	20.5	1	1.2	0	0	83	100
5	10	12.0	55	66.3	17	20.5	1	1.2	0	0	83	100
6	18	21.7	50	60.2	15	18.1	0	0	0	0	83	100
7	26	31.3	49	59.0	7	8.4	1	1.2	0	0	83	100
8	31	37.3	41	49.4	8	9.6	3	3.6	0	0	83	100

Sumber : Hasil Penelitian Angket Tahun 2024

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang Harga yang ditawarkan produk CV Decorindo Flooring terjangkau di kalangan masyarakat, sebagian besar menjawab setuju sebesar 56,6%, yang menjawab sangat setuju 13 orang (15,7%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 22 orang (26,5%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 2) Jawaban responden tentang Produk yang ditawarkan memiliki harga yang bersaing dengan aplikasi lain, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 52 orang sebesar 62,7%, yang menjawab sangat setuju 13 orang (15,7%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 14 orang (16,9%), yang menjawab tidak setuju 4 orang (4,8%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 3) Jawaban responden tentang Saya tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik Selebriti, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang sebesar 60,2%, yang menjawab sangat setuju 12 orang (14,5%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 20 orang (24,1%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 4) Jawaban responden tentang Saya menginginkan produk yang murah dan berkualitas baik, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 46 orang sebesar 55,4%, yang menjawab sangat setuju 19 orang (22,2%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 17 orang (20,5%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 5) Jawaban responden tentang Harga yang ditawarkan CV Decorindo Flooring bersaing dengan produk pesaing, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 55 orang sebesar 66,3%, yang menjawab sangat setuju 10 orang (12%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 17 orang (20,5%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 6) Jawaban responden tentang Harga CV Decorindo Flooring murah dibandingkan produk lain, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang sebesar 60,2%, yang menjawab sangat setuju 18 orang (21,7%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 15 orang (18,1%), yang menjawab tidak setuju dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 7) Jawaban responden tentang Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diberikan, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang sebesar 59%, yang menjawab sangat setuju 26 orang (37,3%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 8 orang (9,6%), yang menjawab tidak setuju 3 orang (3,6%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 8) Jawaban responden tentang Saya lebih mempertimbangkan manfaat dan harga dari suatu produk, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 41 orang sebesar (49,4)%, yang menjawab sangat setuju 31 orang (37,3%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 8 orang (9,6%), yang menjawab tidak setuju 3 orang (3,6%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.

Dari hasil angket di atas sebagian besar responden menjawab setuju terhadap harga, baik itu untuk pernyataan harga yang ditawarkan produk CV Decorindo Flooring terjangkau di kalangan masyarakat, tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik, Harga yang ditawarkan CV Decorindo Flooring bersaing dengan produk pesaing, Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diberikan.

Tabel 6. Skor Angket Untuk Variabel Kualitas Produk (X2)

No P e r	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	35	42,2	41	49,4	7	8,4	0	0	0	0	83	100
2	28	33,7	48	57,8	7	8,4	0	0	0	0	83	100
3	32	38,6	46	55,4	4	4,8	1	1,2	0	0	83	100
4	32	38,6	42	50,6	8	9,6	1	1,2	0	0	83	100
5	27	32,5	47	56,6	9	10,8	0	0	0	0	83	100
6	36	43,4	39	47,0	6	7,2	2	2,4	0	0	83	100
7	27	32,5	47	56,6	9	10,8	0	0	0	0	83	100
8	36	43,4	39	47,0	6	7,2	2	2,4	0	0	83	100
9	32	38,6	44	53,0	6	7,2	1	1,2	0	0	83	100
10	40	48,2	34	41,0	6	7,2	3	3,6	0	0	83	100
11	32	38,6	45	54,2	5	6,0	1	1,2	0	0	83	100
12	35	42,2	44	53,0	3	3,6	1	1,2	0	0	83	100

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Dari data tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang Proses pengiriman CV Decorindo Flooring sesuai dengan waktu yang ditentukan, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 41 orang atau sebesar (49,4%), yang menjawab sangat setuju 35 orang (42,2%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 7 orang (8,4%), yang menjawab tidak setuju

tidak ada dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.

- 2) Jawaban responden tentang Produk yang ditawarkan CV Decorindo Flooring memiliki kualitas yang baik, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 48 orang sebesar 57,8%, yang menjawab sangat setuju 28 orang (33,7%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 7 orang (8,4%), yang menjawab tidak setuju tidak ada dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 3) Jawaban responden tentang Produk yang ditawarkan CV Decorindo Flooring memiliki daya tahan yang baik, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 46 orang sebesar 55,4%, yang menjawab sangat setuju 32 orang (38,6%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 4 orang (4,8%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 4) Jawaban responden tentang Saya suka berbelanja di CV Decorindo Flooring karena memiliki aneka ragam barang yang dibutuhkan konsumen, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang sebesar 50,6%, yang menjawab sangat setuju 32 orang (38,6%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 8 orang (9,6%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 5) Jawaban responden tentang Fitur yang ditampilkan pada produk CV Decorindo Flooring sangat menarik, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 47 orang sebesar 56,6%, yang menjawab sangat setuju 27 orang (32,5%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 9 orang (10,8%), yang menjawab tidak setuju dan yang

- menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 6) Jawaban responden tentang Fitur pada produk CV Decorindo Flooring lebih lengkap dibanding produk pesaing, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 39 orang sebesar 47%, yang menjawab sangat setuju 36 orang (63,4%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 6 orang (7.2%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2.4%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 7) Jawaban responden tentang Produk CV Decorindo Flooring awet dan dapat bertahan dalam pemakaian yang lama, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 47 orang sebesar 56.6%, yang menjawab sangat setuju 27 orang (32,5%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 9 orang (10,8%), yang menjawab tidak setuju tidak ada dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 8) Jawaban responden tentang Kualitas produk yang menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 39 orang sebesar 47%, yang menjawab sangat setuju 36 orang (43,4%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 6 orang (7.2%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 9) Jawaban responden tentang Barang yang ditawarkan CV Decorindo Flooring sesuai dengan aslinya, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 44 orang sebesar 53%, yang menjawab sangat setuju 32 orang (38,6%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 6 orang (7.2%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1.2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 10) Jawaban responden tentang Produk CV Decorindo Flooring konsisten memberikan produk-produk yang terbaik, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang sebesar 48,2%, yang menjawab setuju 34 orang (41.0%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 6 orang (7.2%), yang menjawab tidak setuju 3 orang (3.6%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 11) Jawaban responden tentang Produk yang ditawarkan CV Decorindo Flooring memiliki desain yang menarik minat konsumen, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 45 orang sebesar 54,2%, yang menjawab sangat setuju 32 orang (38,6%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 5 orang (6%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 12) Jawaban responden tentang Produk yang ditawarkan CV Decorindo Flooring memiliki variasi yang dibutuhkan konsumen, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 44 orang sebesar 53%, yang menjawab sangat setuju 35 orang (42,2%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 3 orang (3.6%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (12%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.

Dari hasil angket di atas sebagian besar responden menjawab setuju terhadap Proses pengiriman CV Decorindo Flooring sesuai dengan waktu yang ditentukan, Produk yang ditawarkan CV Decorindo Flooring memiliki daya tahan yang baik, Saya suka berbelanja di CV Decorindo Flooring karena memiliki aneka ragam barang yang dibutuhkan konsumen, Fitur

yang ditampilkan pada produk CV Decorindo Flooring sangat menarik, Fitur pada produk CV Decorindo Flooring lebih lengkap dibanding produk pesaing, Produk CV Decorindo Flooring awet dan dapat bertahan dalam pemakaian yang lama dan Produk yang ditawarkan CV Decorindo Flooring memiliki variasi yang dibutuhkan konsumen.

Tabel 7. Skor Angket Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No P e r	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	44	53.0	45	54.2	1	1.2	2	2.4	0	0	96	100
2	36	43.4	44	53.0	3	3.6	0	0	0	0	9	10
3	43	51.8	37	44.6	3	3.6	0	0	0	0	9	10
4	41	49.4	40	48.2	2	2.4	0	0	0	0	9	10
5	44	53.0	37	44.6	1	1.2	1	1.2	0	0	9	10
6	40	48.2	39	47.0	3	3.6	1	1.2	0	0	9	10
7	36	43.4	45	54.2	2	2.4	0	0	0	0	9	10
8	44	53.0	36	43.4	3	3.6	0	0	0	0	9	10
9	43	51.8	37	44.6	1	1.2	1	1.2	0	0	9	10
10	35	42.2	46	55.4	2	2.4	0	0	0	0	9	10

Sumber : Hasil Penelitian Angket Tahun 2024

Dari data tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang Saya membeli produk CV Decorindo Flooring karena adanya kebutuhan, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 45 orang atau sebesar 54,2%, yang menjawab sangat setuju 45 orang (53%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 1 orang (1.2%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2.4%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 2) Jawaban responden tentang Saya membeli produk CV Decorindo Flooringsesuai dengan keinginan

karena harga dan kualitas barang bagus, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang sebesar 53%, yang menjawab sangat setuju 36 orang (43.4%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 3 orang (3.6%), yang menjawab tidak setuju tidak ada dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.

- 3) Jawaban responden tentang Saya memilih produk CV Decorindo Flooring kerana paling banyak dikunjungi konsumen, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang sebesar 51.8%, yang menjawab setuju 37 orang (44,6%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 3 orang (3.6%), yang menjawab tidak setuju tidak ada dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 4) Jawaban responden tentang Saya tertarik membeli produk CV Decorindo Flooring karena memiliki berbagai macam varian produk, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang sebesar 49,4%, yang menjawab setuju 40 orang (48,2%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 2 orang (2,4%), yang menjawab tidak setuju tidak ada dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 5) Jawaban responden tentang Saya mempercayakan CV Decorindo Flooring dalam produk yang ingin saya beli, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang sebesar 53%, yang menjawab sangat setuju 37 orang (44,6%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 1 orang (1.2%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1.2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.

- 6) Jawaban responden tentang Saya membeli ulang produk CV Decorindo Flooring setelah mengetahui manfaat dalam pembelian produk nya, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang sebesar 48.2%, yang menjawab sangat setuju 39 orang (47%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 3 orang (3.6%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1.2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada..
- 7) Jawaban responden tentang Saya akan membeli produk ketika ada diskon pembelian pada produk CV Decorindo Flooring, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 45 orang sebesar 54.2%, yang menjawab sangat setuju 36 orang (43.4%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 2 orang (2.4%), yang menjawab tidak setuju tidak ada dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 8) Jawaban responden Ketika CV Decorindo Flooring akan berulangnya, akan mempromosikan produknya kepada konsumen, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang sebesar 53%, yang menjawab sangat setuju 36 orang (43.4%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 3 orang (3.6%), yang menjawab tidak setuju tidak ada dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.
- 9) Jawaban responden tentang CV Decorindo Flooring memiliki produk yang beragam untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumennya, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 43 orang sebesar 51.8%, yang menjawab sangat setuju 37 orang (44,6%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 1 orang (1.2%), yang menjawab tidak setuju

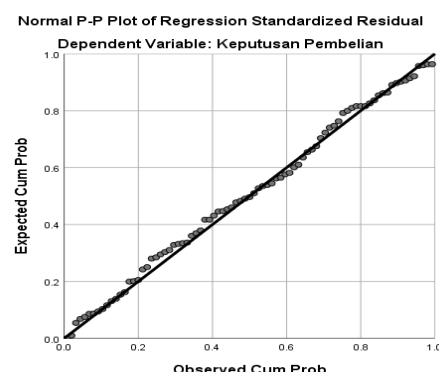
1 orang (1.2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada.

- 10) Jawaban responden tentang CV Decorindo Flooring selalu meng update/memperbaharui produk agar sesuai dengan keinginan konsumen dan perkembangan pasar, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 46 orang sebesar 55,4%, yang menjawab sangat setuju 35 orang (42.4%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 2 orang (2.4), yang menjawab tidak setuju tidak ada dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil angket di atas sebagian besar responden menjawab setuju terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen CV Decorindo Flooring baik dalam hal pemilihan merek, pilihan produk, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

3.2 Hasil Analisis Data Penelitian

3.2.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dari independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Uji Normalitas

Sumber: Data penelitian (2024)

Gambar diatas mengidentifikasi bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung normal.

3.2.2 Hasil Uji Linearitas

Uji Linearitas yang digunakan dalam penelitian adalah uji lagrange multiplier. Estimasi dengan uji ini bertujuan untuk mendapatkan nilai x^2 hitung atau $(n \times r^2)$.

Hasil uji linearitas dapat ditunjukkan pada Tabel 3.8 berikut:

Tabel 8. Uji Linearitas

	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
Deviation from Linearity	91,944	9,194	1,069	0,393

Sumber: Data penelitian (2024)

3.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya kolerasi yang kuat/tinggi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antar variabel independen karena kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada kolerasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat VIF antar variabel independen. Jika VIF menunjukkan angka <10 menandakan tidak terdapat gejala multikolinieritas. Disamping itu, suatu model dikatakan terdapat gejala multikolinieritas jika nilai VIF diantara variabel independen >10 .

Tabel 9. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model		95,0% Confidence Interval for B		Correlations		Collinearity Statistics	
		Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.016	38.345				
	Kualitas Produk	.162	.386	.181	.091	.9245	1.082
	Harga	.088	.401	.360	.328	.9243	1.082
	Celebrity Endorse	18.016	38.345				

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

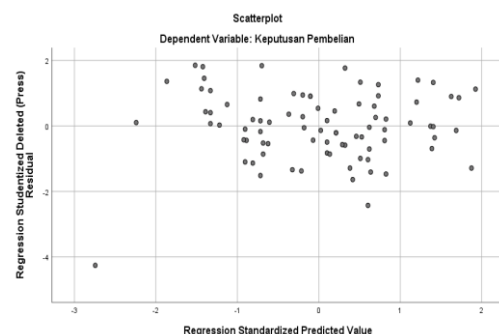
Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Ketiga variabel independen yaitu X1 dan X2 memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan (tidak melebihi 10), sehingga tidak terjadi multikolinieritas dalam variabel independen ini.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak

membentuk pola yang jelas meskipun terlihat berdempet dibagian titik-titik tertentu serta tersebar dibagian atas dan sedikit berkumpul pada sumbu Y dengan demikian “tidak terjadi heteroskedastisitas” pada model regresi ini.

3. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 10. Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	28.180	5.108	
	Harga	.112	.138	.088
	Kualitas Produk	.245	.079	.336

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan data tabel uji regresi linier berganda di atas, dapat dipahami bahwa model persamaan regresinya adalah :

$$Y = 28,180 + 0,112X_1 + 0,245 X_2$$

Keterangan.

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Produk

Interpretas model :

- Konstanta (a) = 28,180 menunjukkan jika Harga dan Kualitas produk konstan, jika nilai variabel bebas/independen = 0, maka Keputusan Pembelian (Y) akan sebesar 28,180
- Variablel X₁ sebesar 0,112 menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). dengan kata lain, jika variabel Harga ditingkatkan sebesar satu satuan maka Keputusan

Pembelian akan meningkat sebesar 0,112.

- Variablel X₂ sebesar 0,245 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan kata lain, jika variabel Kualitas Produk ditingkatkan sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,245.

3.3 Hasil Hipotesis

3.3.1 Uji t

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan bantuan komputer program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS 25: 00). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significant level* tarafnya nyata 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Tabel 11. Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.180	5.108		5.517	.000
	Harga	.112	.138	.088	2.816	.017
	Kualitas Produk	.245	.079	.336	3.110	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

$$t_{\text{tabel}} = 1,984$$

Kriteria pengujiannya:

- Ho ditolak apabila $t_{\text{tabel}} 1,984 \geq t_{\text{hitung}}$ dan $t_{\text{hitung}} \leq 1,984$
- Ha diterima apabila $t_{\text{tabel}} 1,984 \leq t_{\text{hitung}}$ dan $t_{\text{hitung}} \geq 1,984$

a. Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari tabel uji-t di atas dapat dipahami bahwa pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,816 sementara t_{tabel} 1,984 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,017 < 0,05$ atau $t_{hitung} 2,816 > t_{tabel} 1,984$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima), Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.

b. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari tabel uji-t di atas dapat dipahami bahwa pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,110 sementara t_{tabel} 1,984 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,003 < 0,05$ atau $t_{hitung} 3,110 > t_{tabel} 1,984$. berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada CV Decorindo Flooring.

3.3.2 Uji F

Uji statistik F (simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara

bersama-sama berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (dependen) dan sekaligus juga untuk menguji hipotesis kedua. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significant level* taraf nyata 0,05 ($\alpha = 5\%$)

Tabel 12. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.581	2	58.790	6.355	.003 ^b
	Residual	740.082	80	9.251		
	Total	857.663	82			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

$F_{tabel} = 2.70$

Kriteria pengujiannya:

- 1) Tolak H_0 apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$
- 2) Terima H_0 apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} > -F_{tabel}$

Berdasarkan data tabel pada uji F diatas dapat dipahami bahwa didapati nilai $F_{hitung} 6,355 > F_{tabel} 2.70$ dengan probabilitas signifikan $0.003 < 0.05$, sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan Harga dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV Decorindo Flooring

3.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi Determinasi (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.370 ^a	.137	.116	3.04155	.137	6.355	2	80	.003
									Durbin Watson
									1.720

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh sebesar 0,173, hasil ini memiliki arti bahwa 17,3% variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan Kualitas Produk sedangkan sisanya sebesar 82,7% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

IV KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV Decorindo Flooring yaitu:

1. Ada pengaruh yang signifikan Harga terhadap keputusan Pembelian pada CV Decorindo Flooring
2. Ada pengaruh yang signifikan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV Decorindo Flooring.
3. Ada pengaruh yang signifikan antara Harga dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV Decorindo Flooring.

V SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Diharapkan perusahaan menetapkan harga yang relatif lebih terjangkau serta adanya potongan harga, sehingga diharapkan produk yang ditawarkan tetap dapat bersaing dipasar dan pelanggan lebih tertarik membeli produk pada CV Decorindo Flooring.
2. Hendaknya perusahaan lebih proaktif dan inovatif untuk menciptakan produk yang mengacu dengan harapan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan serta menarik pelanggan untuk melakukan pembelian produk pada CV Decorindo Flooring.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain terhadap keputusan pembelian, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi agar dapat mendapat variabel variabel penelitian yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

VI DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
<https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 1(1), 1–12.
- Husein, U. (2020). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. UMSU Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Prinsip-*

- Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kuncoro Mudrajat. (2021). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (3rd ed.). Erlangga.
- LUBIS, A. A. (2015). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SURAT KABAR PADA PT. SUARA BARISAN HIJAU HARIAN ORBIT MEDAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 16(02), 1–11.
- Mokoagouw, M. L. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 493–502.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2015). *Metodologi Penelitian- Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. C.V ANDI OFFSER (PENERBIT ANDI).
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 108–122.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucentPaint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2020). *Consumer Behaviour Eighth Edition: International Edition*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan : (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (Edisi 1). Andi.
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35–43.
<https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>