

---

# E-Journal Studia Manajemen

ISSN: 2337-912X

Vol. 12 | No. 1

---

## Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

**D. Muhammad Yamin**

Universitas La Tansa Mashiro, Rangkasbitung, Indonseia

<b>Article Info</b>	<b>Abstract</b>
<p><b>Keywords:</b> Product Quality And Price On Purchasing Decisions</p> <p>.</p>	<p><i>This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions on SkinCare dr. Henny Chaerani Rangkasbitung. The research method used is quantitative research. The samples that were used as research objects were 99 respondents. Data collection techniques using Observation, Documentation, Library Study, Questionnaires. The population in this research is all consumers in 2019-2021, totaling 11,363 people, resulting in a sample of 99 people using the slovin formula. Data analysis techniques used are: Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Normality Test, Multicollinearity Test, Hetroscedasticity Test, Autocorrelation Test, Analysis Test, Multiple Linear Regression Test, Correlation Test, Detrimination Coefficient Test (R2) Hypothesis Test, Test T (Partial), Test F (Simultaneous) with the help of Software Statistical Package For The Social Science (SPSS) V20.</i></p>

**Corresponding Author:**

dmuhamadyamin@gmail.com

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk SkinCare dr. Henny Chaerani Rangkasbitung. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sempel yang dijadikan objek penelitian sebanyak 99 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan Observasi, Dokumentasi, Stady Pustaka, Kuisioner. Populasi dalam penenelitian ini adalah seluruh konsumen pada tahun 2019-2021 yang berjumlah 11.363 orang, dengan menghasilkan sempel 99 orang dengan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan yaitu: Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Hetrokedastisitas, Uji Autokorelasi, Uji Analisis, Uji Regresi Linear Berganda, Uji Korelasi, Uji Koefisien Detriminasi(R2) Uji Hipotesis, Uji T (Parsial), Uji F (Simultan) dengan bantuan Software Statistial Package For The Social Science (SPSS) V20

©2023 EJS. All rights reserved

---

## Pendahuluan

Hal yang paling menentukan keberhasilan suatu produk adalah dengan menerapkan suatu inovasi yang berkelanjutan. dengan cara melakukan perubahan yang sesuai dengan kebutuhan yang di perlukan oleh konsumen. Dalam penelitian ini akan berfokus terhadap produk SkinCare dr. Henny Chaerani karena salah satu produk SkinCare yang di kenal dan di minati oleh masyarakat daerah Rangkasbitung. Keputusan pembelian konsumen yaitu Langkah terakhir terhadap produk yang akan di beli atau tidak di beli. Berkaitan dengan tahap proses pasti konsumen sudah mengetahui produk yang di beli haruslah berkualitas, bagus, dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai dengan yang di harapkan atau

melebihi apa yang di harapkan. Menurut Kotler dan Amstrong (2001:224) dalam Harahap & Hidayat (2018) menyatakan Keputusan pembelian adalah suatu tindakan konsumen dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya dalam mengkonsumsi suatu produk yang diikuti oleh kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut

Keputusan pembelian adalah perilaku yang mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga yang membeli jasa maupun produk untuk dikonsumsi secara pribadi. Menurut Abubakar (2018) menyatakan para pemasar telah jauh mendalam berbagi hal yang mempengaruhi pembelian dan mengembangkan suatu pengertian tentang bagaimana konsumen dalam kenyataannya membuat keputusan mereka pada waktu membeli sesuatu. Dari teori yang sudah dipaparkan di atas bahwa dapat disimpulkan keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang dimulai dengan menyukai produk, pengenalan masalah kemudian mengevaluasi dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan maka timbul rasa minat untuk membeli produk tersebut.

## **Metode Penelitian**

Dalam metode ini yang digunakan dalam menulis adalah metode deskriptif kuantitatif metode ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Metode kuantitatif juga dikenal sebagai metode tradisional karena sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian. Populasi menurut Sugiyono (2018:130) menyatakan “populasi wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik simpulannya”. Menurut Sugiyono (2018:131) memberikan pengertian “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Observasi. Menurut Nasution dalam Sugiyono (2018:228) Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat berkerja data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Studi Pustaka. Ini dilaksanakan dengan cara menelaah bahan-bahan pustaka seperti buku-buku memuat teori-teori, karya ilmiah maupun bahan lain yang sesuai dengan penelitian. Kuesioner. Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2018:219). Dalam penelitian ini menggunakan instrument sebagai bahan pengumpulan data, sesuai dengan objek penelitian, maka variabel-variabel yang ada pada penelitian mengenai kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Dikategorikan menjadi (tiga) variabel yang tidak terkait atau terkait (Independent Variabel) adalah (X1) dan (X2) yaitu kualitas produk dan harga dan sebagai variabel bebas (Y) yaitu keputusan pembelian.

## **Hasil dan Pembahasan**

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan pengujian diperoleh uji regresi linear berganda bahwa kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 0,255 Nilai t hitung 4,686 dan t tabel 1,98447 maka dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih besar dari nilai t tabel (4,717 > 1,98472) dan nilai signifikannya 0,000 < 0,05 hal ini berarti H<sub>0</sub> ditolak H<sub>1</sub> diterima, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare dr.

henny chaerani rangkasbitung. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sari Ismayana, Nur Hayati (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan pengujian regresi linear berganda harga Terhadap keputusan pembelian sebesar 0,29 Nilai t hitung 270 dan t tabel 1,98472 maka dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (0,270 < 1,98472) dan nilai signifikannya 0,781 > 0.05 hal ini berarti H<sub>0</sub> diterima H<sub>2</sub> ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh secara parsial dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare dr. henny chaerani rangkasbitung. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Yuliyanti, Onny Setyawan, Sri Indrastuti (2021) yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare dr. henny chaerani.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan pengujian hipotesis bahwa nilai f hitung 14,456 dan nilai f tabel 3,09. maka dapat disimpulkan bahwa f hitung lebih besar dari nilai f tabel (14,456 > 3,09) dan nilai signifikannya 0,000 < 0,05 hal ini berarti H<sub>0</sub> ditolak H<sub>3</sub> diterima, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan Terhadap keputusan pembelian dan harga terhadap keputusan pembelian produk skincare dr. henny chaerani rangkasbitung. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Niantoro Sutrisno dan Halimah (2020) hasil uji simultan menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian..

## Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil peneliti dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan Secara parsial terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk skincare dr. henny chaerani rangkasbitung. Secara parsial tidak terdapat Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada produk skincare dr. henny chaerani rangkasbitung. Secara simultan terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk skincare dr. henny chaerani rangkasbitung.

## Daftar Pustaka

- Abubakar, rusyadi. (2018). manajemen pemasaran. alfabeta.
- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen). JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis, 4(2), 147. <https://doi.org/10.47201/jamin.v4i2.90>
- Ambarwati, M., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Oriflame. Jurnal Ilmu Dan Riset anajemen, 7(8), 1–16.
- Andis, A., Risal, M., & Kasran, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, 5(1), 92–102. <https://doi.org/10.35906/jm001.v5i1.345>

- Bellia Annishia, F., Prastiyo, E., Dewi Sartika, J., & Timur, J. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta The Effect Of Prices And Facilities On Guest Stay At The Best Western Premier The Hive Hotel Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 1–85.
- Devi Marta Dwi .L, Theresia Pradiani, I. K. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Dr.indrasari, meithiana. (n.d.). pemasaran dan kepuasan pelanggan.
- Ghozali, imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariante. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9). UNDIP.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). UNDIP.
- Harahap, I. A. B., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan HarError: Failed to load citeproc-js enginega Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Mustika Ratu (Studi Kasus Pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 107–115.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, VIII(2), 1–10.
- Yuliyanti, Onny Setyawan, Sri Indrastuti (2021) pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik lipstik merek wardah dikota pekanbaru jurnal akutansi kewirausahaan dan bisnis.
- Sugiarto. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D (edisi 1). alfabet.
- Syaifullah, A. &. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt Long Time. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 627–636.
- Tjiptono, F. (2015). Serategi Pemasaran (edisi 4). perpustakaan nasional (kdt).