

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA MEBEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CV SURYA JAYA PRATAMA PEKANBARU

Shinta Devi¹, Caska², Mujiono³

E-mail: Shinta.devi4908@student.unri.ac.id

Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Univeritas Riau

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and furniture prices on consumer purchasing decisions at CV Surya Jaya Pratama Pekanbaru. This study uses a quantitative descriptive approach, data collection techniques using a questionnaire. The population of this study is the consumers of CV Surya Jaya Pratama Pekanbaru from 2017 - 2020, amounting to 256 people. The sample was 72 people, the number of samples was determined based on the calculation of the Slovin formula with the sampling technique using Accidental Sampling. The data analysis technique used is multiple regression. The results of this study indicate that product quality and furniture prices have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 1,903 + 0,450X_1 + 0,295X_2$ and contribute to purchasing decisions by 41,9%.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision.

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Perkembangan dunia yang saat ini berjalan dengan sangat pesat, menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat pada seluruh aspek kehidupan. Tidak terkecuali dalam dunia bisnis yang dibuktikan dengan bermunculannya perusahaan – perusahaan baru dan sejenis. Salah satu fenomena yang ada di dalam dunia bisnis pada saat ini yaitu industri mebel yang makin digemari oleh masyarakat di beberapa daerah di Indonesia sebagai lahan untuk mencari nafkah. Hal ini dikarenakan industri mebel Indonesia masih memiliki pamor yang mengkilap di pentas perdagangan dunia (Adi S., 2017). *Meubel* merupakan salah satu produk kayu yang diperlukan oleh masyarakat untuk memenuhi berbagai keperluan hidupnya.

Di Pekanbaru terdapat sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri mebel yang bernama CV Surya Jaya Pratama. Usaha ini sudah ada sejak tahun 1996 silam. Perusahaan mebel yang dimiliki mampu memproduksi berbagai jenis produk seperti kursi, pintu, kusen, meja, partisi ruangan, perabotan dan lain sebagainya. Lokasi CV Surya Jaya Pratama terletak di Jalan Kubang Raya Pekanbaru dan berada di tepi jalan raya. Lokasinya yang cukup strategis menyebabkan terdapatnya berbagai perusahaan sejenis berada di sekitar CV Surya Jaya Pratama. Diantaranya yaitu Berkah UD, CV TMJ, Maju Jaya, Perabot Cahaya, dan Central Furniture yang jika dikunjungi membutuhkan waktu tempuh ke setiap tokonya 3 – 7 menit dengan jarak 850 m – 1,1 km dari CV Surya Jaya Pratama. Keberadaan perusahaan – perusahaan sejenis di sekitar CV Surya Jaya Pratama memberikan banyak pilihan bagi konsumen sebagai tempat untuk melakukan pembelian.

Beberapa konsumen pernah mengajukan keluhan terhadap pembelian yang telah dilakukannya di CV Surya Jaya Pratama, bahwa ditemukannya permasalahan mengenai kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Saat ini variasi bentuk atau model pada produk mebel di CV Surya Jaya Pratama masih terbatas apalagi sulitnya untuk mendapatkan kayu dengan kualitas yang baik sehingga memungkinkan ketidakseragaman dalam operasional atau sistem produksi dan menimbulkan adanya perbedaan dalam kualitas produk yang dihasilkan. Konsumen yang mengalami ketidakpuasan pada pembelian sebelumnya mempunyai kemungkinan akan merubah keputusan pembelian berikutnya dengan mencari alternatif merek lain pada pembelian selanjutnya untuk meningkatkan kepuasannya.

Tabel 1
Perbandingan Harga Produk

No	Produk	CV SJP		CV TMJ		Perabot Cahaya	
		Harga	Kualitas	Harga	Kualitas	Harga	Kualitas
1	Kusen	6.500.000	Kulim	3.650.000	Resak	7.100.000	Balau
2	Meja Makan	1.500.000	Meranti	1.500.000	Meranti	1.750.000	Meranti
3	Kursi Tamu	1.250.000	Meranti	1.300.000	Meranti	1.300.000	Meranti
4	Pintu	750.000	Balau	450.000	Meranti	725.000	Balau

Sumber: Wawancara dengan karyawan industri mebel, 2021

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa adanya perbandingan harga dan kualitas antar industri mebel, menyebabkan konsumen ragu untuk memilih suatu produk berdasarkan harga dan informasi yang didapatnya. Dari tahun 2018 hingga tahun 2020 penjualan CV Surya Jaya Pratama terus mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya di tahun 2017. Pada tahun 2017 penjualan CV Surya Jaya Pratama mencapai Rp.265.805.000, pada tahun 2018 penjualannya mengalami penurunan menjadi Rp.256.455.000 dan pada tahun 2019 menurun lagi menjadi Rp.192.820.000 hingga di tahun 2020 penjualannya menjadi Rp. 139.690.000. Ini kemungkinan dipengaruhi oleh tingkat kualitas produk dan harga dari produk tersebut.

Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian selalu mempertimbangkan hal yang berhubungan dengan kualitas dan harga dari suatu produk yang akan dibeli. Ketika konsumen memperoleh pengalaman positif dari pembelian sebelumnya, maka konsumen mempunyai kecenderungan untuk mengulangi pembelian dengan memilih kualitas dan harga yang sama pada pembelian berikutnya.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mempelajari dan memahami perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut. Dan alasan penelitian ini dilakukan di CV Surya Jaya Pratama, karena industri mebel sewaktu – waktu dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian daerah maupun nasional yang juga menjadi lahan untuk mencari nafkah bagi beberapa masyarakat sehingga perusahaan harus dapat bertahan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga mebel terhadap keputusan pembelian konsumen di CV Surya Jaya Pratama Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di CV Surya Jaya Pratama Pekanbaru dari tahun 2017 – 2020 yang berjumlah 256 orang. Penentuan pengambilan sampel atau responden dilakukan melalui metode *accidental sampling*. Untuk penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan pada perhitungan dari rumus Slovin, dengan jumlah sampel sebanyak 72 orang. Karakteristik pengambilan sampelnya adalah konsumen yang telah melakukan pembelian sebanyak 2 kali, berdomisili di Pekanbaru dan bersedia mengisi kuesioner. Instrumen penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dengan skala *likert*, yang disebarkan kepada responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil

Analisis Deskriptif Kategori Variabel Kualitas Produk

Distribusi frekuensi Kualitas Produk diukur dari 5 indikator yang terdiri dari 7 pernyataan kuesioner dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Distribusi Frekuensi Kualitas Produk Di CV Surya Jaya Pratama

Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	29,5 – 35	12	16,7%
Baik	23,9 – 29,4	50	69,4%
Kurang Baik	18,3 – 23,8	9	12,5%
Buruk	12,7 – 18,2	1	1,4%
Sangat Buruk	7 – 12,6	0	0
Jumlah		72	100

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 2, sebagian besar responden telah merasa produk mebel di CV Surya Jaya Pratama mempunyai kualitas yang baik yaitu, 50 responden (69,4%) menyatakan kualitas produk baik, 12 responden (16,7%) menyatakan sangat baik dan 9 responden (12,5%) menyatakan kualitas produk kurang baik. Hanya 1 (1,4%) orang yang menyatakan bahwa kualitas produk di CV Surya Jaya Pratama buruk. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berada pada kategori baik.

Analisis Deskriptif Kategori Variabel Harga

Distribusi frekuensi harga diukur dari 4 indikator dengan 7 pernyataan pada kuesioner yang disebarakan kepada 72 responden yang dapat ditunjukkan pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3
Distribusi Frekuensi Harga Di CV Surya Jaya Pratama

Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Sesuai	29,5 – 35	17	23,6%
Sesuai	23,9 – 29,4	41	56,9%
Kurang Sesuai	18,3 – 23,8	13	18,1%
Tidak Sesuai	12,7 – 18,2	1	1,4%
Sangat Tidak Sesuai	7 – 12,6	0	0
Jumlah		72	100

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa pada umumnya 41 orang responden (56,9%) menyatakan bahwa harga produk mebel sesuai dengan kualitas produk dan manfaatnya. 17 orang responden (23,6%) menyatakan bahwa produk mebel di CV Surya Jaya Pratama harganya sangat sesuai dengan kualitas produk dan manfaatnya dan 13 orang responden (18,1%) menyatakan bahwa harga produk mebel kurang sesuai dengan kualitas produk dan manfaatnya. Hanya 1 orang responden (1,4%) yang menyatakan bahwa produk mebel kurang sesuai dengan kualitas produk dan manfaatnya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa produk mebel di CV Surya Jaya Pratama memiliki kualitas serta manfaat yang sesuai dengan harganya, terlihat bahwa harga berperan baik dalam pengambilan keputusan konsumen di CV Surya Jaya Pratama.

Analisis Deskriptif Kategori Variabel Keputusan Pembelian

Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian diukur melalui 4 buah indikator dengan total 6 pernyataan. Hasil tanggapan terhadap keputusan pembelian dapat dijelaskan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4
Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian

Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tepat	25,3 – 30	22	30,6 %
Tepat	20,5 – 25,2	39	54,2%
Kurang Tepat	15,7 – 20,4	10	13,9%
Tidak Tepat	10,9 – 15,6	1	1,4%
Sangat Tidak Tepat	6 – 10,8	0	0
Jumlah		72	100

Sumber : Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa dari 72 orang responden pada umumnya yaitu 39 responden (54,2%) menyatakan bahwa produk mebel di CV Surya Jaya Pratama merupakan pilihan yang tepat untuk dibeli. Bahkan 22 responden (30,6%) menyatakan bahwa produk mebel di CV Surya Jaya Pratama adalah pilihan yang sangat tepat untuk dibeli, 10 responden (13,9%) menyatakan kurang tepat dan hanya 1 responden (1,4%) yang menyatakan tidak tepat. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki ketertarikan dan kemauan untuk melakukan keputusan pembelian di CV Surya Jaya Pratama.

Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen dari suatu regresi memiliki distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Hasil analisis dengan bantuan SPSS dengan data berbentuk rasio dapat dilihat pada Tabel 5 *One – Sample Kolmogorov – Smirnov Test* sebagai berikut:

Formatted: Left

Formatted

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas Data

	Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
N	72	72	72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22,9161	22,4075
	Std. Deviation	4,06693	4,59256
Most Extreme Differences	Absolute	,065	,099
	Positive	,065	,099
	Negative	-,063	-,069
Test Statistic	,065	,099	,104
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}	,079 ^c	,051 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji nilai signifikan $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Dari uji Kolmogorov - Smirnov data rasio terlihat bahwa kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian berdistribusi normal. Dilihat dari nilai signifikan lebih besar dari $0,05$ yaitu kualitas Produk $0,200$, harga $0,079$ dan keputusan pembelian sebesar $0,051$.

Uji Linearitas

Uji linearitas diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi diantara variabel yang sedang diteliti. Uji ini merupakan uji untuk melihat apakah ada hubungan linear yang signifikan dari dua buah variabel yang sedang diteliti dengan menggunakan data rasio. Untuk lebih jelas akan dijelaskan pada ANOVA Table berikut ini:

Tabel 6
Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian Terhadap Kualitas Produk

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Kualitas Produk	Between Groups	1090,843	59	18,489	1,935	,105
	Linearity	394,625	1	394,625	41,294	,000
	Deviation from Linearity	696,218	58	12,004	1,256	,347
	Within Groups	114,676	12	9,556		
	Total	1205,519	71			

Sumber : Data Olahan SPSS, 2021 (lampiran 10: 90)

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa sig. dari *Deviation from linearity* adalah $0,347$ artinya, nilai ini lebih besar daripada $0,05$ ($0,347 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model pengaruh variabel keputusan pembelian terhadap variabel kualitas produk adalah linear.

Tabel 7
Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian Terhadap Harga

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Harga	Between Groups	863,057	54	15,983	,793	,747
	Linearity	303,230	1	303,230	15,052	,001
	Deviation from Linearity	559,827	53	10,563	,524	,962
	Within Groups	342,462	17	20,145		
	Total	1205,519	71			

Sumber : Data Olahan SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui pada tabel ANOVA bahwa sig. dari *Deviation from linearity* adalah $0,962$ artinya, nilai ini lebih besar daripada $0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model pengaruh variabel keputusan pembelian terhadap harga adalah linear.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel *Coefficients* dibawah ini:

Tabel 8
Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,903	2,428		,784	,436		
Kualitas Produk	,450	,101	,444	4,465	,000	,849	1,177
Harga	,295	,089	,329	3,306	,002	,849	1,177

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Olahan SPSS, 2021

Dari Tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk seluruh variabel bebas < 10, nilai VIF kualitas produk sebesar 1,177 dan harga dengan nilai VIF sebesar 1,177. Sedangkan *tolerance* > 0,10, kualitas produk dengan *tolerance* sebesar 0,849 dan harga sebesar 0,849. Dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari multikolinieritas.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (kualitas produk dan harga) berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Berdasarkan Tabel 8, maka hasil pengujian masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)
Diketahui nilai t hitung > t tabel (4,465 > 1,995) dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Artinya variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Harga (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y)
Diperoleh t hitung > t tabel (3,306 > 1,995) dan nilai sig 0,002 < 0,05, artinya variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika F hitung > F tabel maka ada pengaruh signifikansi antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y). Hasil analisis dengan bantuan SPSS versi 22.0 dapat dilihat pada Tabel ANOVA dibawah ini:

Tabel 9
Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	505,486	2	252,743	24,912	,000 ^b
Residual	700,033	69	10,145		
Total	1205,519	71			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

Diketahui F hitung sebesar 24,912 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel 9 hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung sebesar 24,912 > F tabel 3,13 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R²)

Analisis ini digunakan untuk menghitung besarnya persentase pengaruh variabel independen (kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Semakin besar koefisien determinan maka semakin tinggi variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil SPSS besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada Tabel Model Summary berikut:

Tabel 10
Hasil Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,648 ^a	,419	,402	3,18519

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk
Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

Diketahui nilai R Square sebesar 0,419. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 41,9 %. Sedangkan sisanya 58,1 % dipengaruhi variabel lain diluar model.

Persamaan Regresi Linier Berganda

Uji regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah masing – masing variabel bebas berpengaruh positif atau negatif. Hasil analisis uji regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 8 yang diketahui bahwa constanta sebesar 1,903 dan nilai kualitas produk 0,450 serta harga produk 0,295. Hasil tersebut dapat dimasukkan kedalam persamaan regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$Y = 1,903 + 0,450X_1 + 0,295X_2$$

Arti angka – angka dalam persamaan regresi diatas adalah:

Keputusan pembelian = 1,903 + 0,450 kualitas produk + 0,295 harga

Dari model regresi tersebut diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 1,903 artinya apabila kualitas produk dan harga diasumsikan sebesar nol (0), maka keputusan pembelian sebesar 1,903. Selanjutnya nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,450 artinya setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1% maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,450 dengan asumsi variabel lain tetap. Sedangkan nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,295 artinya bahwa setiap peningkatan harga 1% maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,295 dengan asumsi variabel lain tetap.

Pembahasan

Kualitas Produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan Uji t bahwa jika t hitung > t tabel maka variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,000 < 0,050$, dan t hitung bernilai positif sebesar 4,465. Artinya kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian di CV Surya Jaya Pratama. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, variabel independen kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian. Maksudnya apabila semakin baik kualitas suatu produk maka semakin meningkatkan keputusan masyarakat dalam membeli

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk merupakan upaya menggambarkan bagaimana produk tersebut dapat memberikan kepuasan konsumen, maka kualitas produk dapat meyakinkan sikap, kehendak, perilaku dan keyakinan konsumen dalam mempertimbangkan sebuah produk sebelum memutuskan pembelian suatu produk. Dan penelitian yang dilakukan oleh Katili (2018) dengan hasil penelitiannya variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zainuddin, Dermawan, K., & Taufik (2020) yang membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dari variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan Uji t bahwa jika t hitung > t tabel maka variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ dan t hitung bernilai positif sebesar 3,306. Disimpulkan bahwa hipotesis diterima, variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Maksudnya apabila harga sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen, maka keputusan pembelian akan meningkat. Dimana keputusan pembelian terjadi adanya pengaruh sikap, kemampuan dan keyakinan konsumen terhadap harga.

Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh Zuraini H. (2019) yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada CV. Sutan Jepara

Laut Dendang Deli Serdang. Menurut Hasan (2020), "Harga mempengaruhi kinerja finansial dan memiliki pengaruh penting terhadap persepsi pembeli dan penempatan merek. Harga dapat menjadi pengganti dari ukuran kualitas produk ketika sulit mengevaluasi produk yang kompleks". Begitu juga menurut penelitian yang dilakukan oleh Tusa'adah (2019) menunjukkan secara parsial uji t bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 2,30 hal ini berarti masyarakat kampoeng sembada ukir memiliki kecocokan harga jual mebel minimalisnya.

Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji F (simultan), kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di CV Surya Jaya Pratama, dengan nilai F hitung sebesar 24,912 > F tabel 3,13 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti secara bersama-sama kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Persentase pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 41,9 %. Sedangkan sisanya 58,1 % dipengaruhi oleh variabel lain selain yang diteliti, misalnya seperti tempat, citra merek, kualitas pelayanan, kemudahan, fitur, kepercayaan, dan sebagainya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di CV Surya Jaya Pratama. Dalam penelitian yang dilakukan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena mempunyai kualitas produk dan harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian. Sehingga ketika harga di CV Surya Jaya Pratama sesuai dengan keinginan konsumen maka CV Surya Jaya Pratama mampu bersaing dengan toko lainnya, serta kualitas produk yang baik dan berkualitas akan membuat konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian di CV Surya Jaya Pratama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Irawan (2019) bahwa secara simultan promosi, produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2020), yang menyimpulkan bahwa Variabel kualitas produk, harga dan sistem pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian meubel di Kecamatan Kampar Pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavia dan Khoirul (2020) dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Hasanah Mulia Investama.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di CV Surya Jaya Pratama, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di CV Surya Jaya Pratama. Kualitas produk yang semakin baik akan mempengaruhi keputusan pembelian produk mebel di CV Surya Jaya Pratama. Konsumen akan loyal apabila keinginan yang diharapkan pada suatu produk terpenuhi. Hal ini berarti keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk.
2. Dalam penelitian ini, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di CV Surya Jaya Pratama, persepsi konsumen yang dijadikan subjek penelitian bahwa harga yang sesuai dengan kualitas produk akan membuat konsumen memilih suatu produknya.
3. Nilai adjusted R2 adalah sebesar atau yang artinya kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 41,9 %. Sedangkan sisanya 58,1 % dipengaruhi variabel lain diluar model, yaitu promosi dan tempat.

Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dan pembahasan terhadap masalah yang diteliti di CV Surya Jaya Pratama maka penulis menyarankan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi konsumen, dalam membeli suatu produk hendaknya mencari berbagai informasi yang dibutuhkan agar mengambil keputusan pembelian yang tepat dan sesuai dengan harapan.
2. Bagi perusahaan, lebih sering menambah variasi produk, mengupdate desain – desain produk yang dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di CV Surya Jaya Pratama. Dapat dikatakan kualitas produk di CV Surya Jaya Pratama dipersepsikan baik, maka CV Surya Jaya Pratama perlu meningkatkan dan mempertahankannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian diluar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini. Karena terdapat pengaruh sebesar 58,1% dari variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi S., A. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*. Skripsi Universitas Ciputra, Surabaya.
- Hasan, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Meubel Sebagai Produk Tersier Dalam Upaya Bersaing dengan E- Commerce dan Perubahan Sosio – Ekonomi Global. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai Riau*, 17(2), 111 – 120.
- Irawan, R., Nawangsih, & Bahtiar S.,R. (2019). Pengaruh Promosi , Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *Journal EMBA* ,2(1), 121 -129.
- Katili, B., Mandey, S., & Saerang, I. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Speaker Merek Yamaha di Fortino Audio Manado". *Jurnal EMBA*, 6(1), 91 – 100.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Oktavia & Khoirul. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 26 – 39.
- Tusa'adah, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Jual Mebel Minimalisa Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat di Sentra Kampoeng Sembada Ukir Jepara*. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.
- Zainuddin, Dermawan, K., & Taufik, M. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kusen Cor Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. *Journal Of Organization dan Business Management STIE Widya Gama Lumajang*, 2(3), 205 – 210.
- Zuriani H., M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Sutan Jepara Mebel Laut Dendang Deli Serdang. *Jurnal Bisnis Universitas Dharmawangsa*, 2(3), 31 – 41.