

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CARDINAL CASUAL
PADA SKA MALL PEKANBARU**

***THE INFLUENCE PRODUCT QUALITY AND PRICE ON PRODUCT
PURCHASING DECISIONS FOR CARDINAL CASUAL
IN SKA MALL PEKANBARU***

Putra Budi Ansori¹⁾, Siti Fatimah²⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau
E-mail: pbansori@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian dilakukan di Cardinal Casual, Mall SKA Pekanbaru tahun 2021. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya. Populasi dalam penelitian ini adalah 1.782 konsumen yang membeli produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya di Pekanbaru. Dengan demikian jumlah sampel adalah dibulatkan menjadi 95 konsumen, setelah dihitung dengan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Berdasarkan hasil uji F disimpulkan bahwa F-hitung sebesar 36,367 > F tabel sebesar 3,10 sehingga secara bersama-sama/simultan variabel Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya di Mall SKA Pekanbaru. Berarti Hipotesis pertama (H1) terbukti. Dari hasil analisis dirumuskan persamaan regresi linier sederhana dengan persamaan $Y=37,638 + 0,534X1 - 0,441X2$. Hal ini menunjukkan nilai dari a (constan) sebesar 37,638, berarti tanpa adanya variabel kualitas produk dan harga atau bernilai nol, maka Keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya bernilai sebesar 37,638. Serta memiliki arah hubungan yang positif untuk variabel Kualitas produk. Dan memiliki arah hubungan yang negatif untuk variabel harga. Berdasarkan hasil uji hipotesis diduga variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk cardinal casual di Mall SKA Pekanbaru. Dimana hasil Kualitas produk (X1) memiliki nilai t_{hitung} (6,414) > dari nilai t_{tabel} (1,98580), maka hal tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Cardinal di Mall SKA Pekanbaru. Berarti Hipotesis kedua (H2) terbukti. Berdasarkan hasil uji hipotesis diduga terdapat pengaruh signifikan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya. Selanjutnya, variabel Kualitas produk dan Harga memberikan kontribusi terhadap perubahan-perubahan variabel Keputusan pembelian sebesar 42,9%. sementara sisanya sebesar 57,1%. (100%-42,9%) dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research was conducted at the Cardinal Casual Mall Showroom branch of SKA Pekanbaru in 2021. The purpose of this study was to determine the effect of product Quality and price on purchasing decisions for cardinal casual products. The population in this study were casual cardinal consumers in the showroom of SKA Mall Pekanbaru as many as 1782 people with a sample of 95 people using the slovin formula. In this study, the sampling method based on purposive sampling. From the analysis of multiple linear regression equation was formulated: $Y= 37,638 + 0,534X1 - 0,441X2$. The results of the t test (partial test) obtained the value of t arithmetic for 1 product Quality /X1 (6,414) and price/ X2 (-4,631) greater than t table of 1,98580, then it has a significant effect on the purchasing decisions in the showroom of SKA Mall Pekanbaru. F Test Results (joint test), it is concluded that F count is 37.367> F table 3.10 so that simultaneously the variables of product Quality and price have a significant effect on on the purchasing decisions in the showroom of SKA Mall Pekanbaru.. There are contribution the influence of product Quality and price on the purchasing decisions in the showroom of SKA Mall Pekanbaru of Obtained value of

Adjusted R Square equal to 0,429 or 42,9% and 57,1 % influenced by the other factors that are not pursuing in this research. So this research to strengthen previous studies.

Keyword : Product quality, Price And Purchasing Decisions.

PENDAHULUAN

Saat ini tingkat persaingan di Indonesia sangat ketat, sebab semua perusahaan berupaya untuk memantapkan posisi pasar dan menarik pelanggan baru. Termasuk persaingan pada usaha pakaian jadi, harus bersaing dengan penjualan pakaian secara online yang menawarkan kemudahan dan harga yang terjangkau. Hingga perusahaan pakaian harus dapat memastikan kualitas produk, harga yang kompetitif dengan harapan mampu menjadi pilihan utama dalam membeli pakaian jadi.

Situasi ini, mendorong setiap perusahaan untuk mengetahui dengan pasti kebutuhan dan keinginan konsumen yang terbaru maupun perkiraan trend konsumen dimasa datang. Mengingat konsumen saat memutuskan membeli selalu melalui proses-proses atau tahap-tahap, mulai dari mencari informasi melalui berbagai media dan orang, selanjutnya membandingkan antar produk dan akhirnya memutuskan untuk membeli. Perilaku konsumen seperti ini merupakan sikap nyata konsumen dalam memilih produk secara tepat dan terencana (Swastha dan Irawan, 2013)

Saat proses pembelian, konsumen mempertimbangkan beberapa hal antara lain, barang apa yang akan dibeli, apa manfaat barang, keunggulan produk dari barang merek lain, agar konsumen memiliki keyakinan untuk memutuskan untuk membeli. Serta faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam membeli sebuah produk yaitu faktor budaya, faktor social, faktor pribadi dan faktor psikologis. (Kotler dan Amstrong 2014: 152)

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk maka pertimbangan yang penting adalah tentang harga dan kualitas produk. Harga menjadi pertimbangan pertama saat memutuskan membeli atau tidak membeli. Pertimbangan harga dengan cara membandingkan dengan produk atau jasa yang mirip namun dengan merek yang berbeda. Harga yang terjangkau membuat konsumen tertarik untuk membeli.

Pertimbangan kedua adalah kualitas produk, sebab kualitas produk berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen setelah membeli produk dan harapan dalam jangka panjang konsumen melakukan pembelian ulang. Sebab konsumen yang membeli ulang adalah konsumen yang puas dengan kualitas produk dibandingkan

dengan produk sejenis. (Rosita dan Satyawisudarini, 2017).

Penelitian ini dilakukan di PT Multi Garmenjaya cabang Mall SKA Pekanbaru, perusahaan yang menjual pakaian pria dengan merek Cardinal. Adapun produk yang ditawarkan adalah baju kemeja, baju kaos, topi, celana panjang, dan celana pendek. Beberapa fenomena yang ditemui saat observasi dan wawancara dengan pimpinan cabang bahwa;

1. Terjadi penurunan tingkat penjualan pada tahun 2020 karena pandemic covid 19, namun bila dibandingkan dengan produk sejenis, maka Cardinal merupakan produk yang paling banyak mengalami penurunan. Kemungkinan ada faktor lain yang menyebabkan turun.
2. Pada tahun 2020 tingkat penjualan mencapai 1.782 transaksi yang diasumsikan setara dengan jumlah konsumen yang berarti menurun jauh dibanding tahun 2019 yang mencapai 2.432.
3. Dari setiap jenis produk di Mall SKA Pekanbaru maka produk Cardinal Casual mempunyai harga lebih tinggi antara Rp. 70.000 – Rp. 200.000 dibandingkan produk lain yang ada di Mall SKA Pekanbaru, hal ini mengidentifikasi keadaan harga yang lebih tinggi mempengaruhi minat pembeli terhadap produk Cardinal Casual.

Berdasarkan masalah di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya.

Rumusan Masalah

Dari uraian pendahuluan tersebut maka terdapat beberapa permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya.?
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk (X1) secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya.?
3. Seberapa besar pengaruh harga (X2), secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya.?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya Cabang Mall SKA Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Pengertian Kualitas Produk

Ansori, PB (2020) berpendapat bahwa Kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi perusahaan untuk tetap bertahan dan menjadi pilihan konsumen.

Menurut Yamit (2010:10) Setiap perusahaan atau produsen harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan kualitas posisi produk itu dalam pasar sasarnya. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (precession product), mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Akbar (2012) dalam jurnal iful dan budi (2015: 4) indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk antara lain:

1. Kemudahan penggunaan .
2. Daya tahan.
3. Kejelasan fungsi
4. Keragaman ukuran produk

Harga

Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu faktor penentu terhadap keputusan konsumen. Harga membuat konsumen terdorong untuk membeli. Harga yang tepat adalah harga yang dapat diperbandingkan dengan produk sejenis.

Assauri (2013: 223) berpendapat bahwa harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga juga memiliki sifat yang fleksibel harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran terhadap perkembangan persaingan dan situasi harga bahan baku. Hingga harga secara cepat dapat berubah menyesuaikan. Selain itu bahwa harga juga menjadi pertimbangan dalam keputusan konsumen,

kemudian diikuti oleh faktor lain diantaranya, kualitas produk, kemasan prosuk, pelayanan dan lain-lain.

Secara ringkas harga adalah segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan.

Indikator Harga

Penelitian ini menggunakan indikator harga menurut Fure (2013) dalam Gain, Robert (2017:144) antara lain:

1. Harga yang sesuai dengan manfaat
2. Persepsi harga dan manfaat.
3. Harga barang terjangkau
4. Persaingan harga
5. Kesesuaian harga dengan kualitasnya

Keputusan Pembelian

Pengertian Pembelian.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam buku Sangadji dan Sopiah (2013: 120) mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternative.

Selanjutnya Sangadji dan Sopiah (2013:121) "...inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berprilaku.

Dari penjelasan tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu di antara alternatif yang ada.

Kotler dan Armstrong (2014:226) berpendapat bahwa tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar – benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapat dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Jadi keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pembeli untuk melakukan pembelian setelah melakukan evaluasi.

Indikator Keputusan Pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam senggetang, dkk (2019:883), ada empat indikator keputusan pembelian yaitu:

1. Kemantapan pada sebuah produk.
2. Kebiasaan dalam membeli produk

3. Memberikan rekomendasi pada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang

Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian Igir, dkk (2018) bahwa hasil uji t antara kualitas produk dengan keputusan pembelian maka diperoleh nilai signifikansi = $0,007 < 0,05$, hal ini berarti ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Grand Max Pick Up pada PT. Astra International Tbk Daihatsu cabang Malalayang, Manado.

Hasil yang penelitian Rosita, dkk (2017) bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Samesame Clothing. Besarnya pengaruh total kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Samesame Clothing adalah sebesar 0,1013 atau 10,13%

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Igir, dkk (2018) bahwa hasil perhitungan regresi diperoleh nilai koefisien regresi harga sebesar 0,646 dan nilai sig sebesar 0,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Grand Max Pick Up pada PT. Astra International Tbk Daihatsu cabang Malalayang.

Puspitasari, dkk (2017) menunjukkan hasil penelitian yang berbeda bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh secara negative dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa fumigasi. Artinya bilamana harga yang ditetapkan rendah maka akan meningkatkan keputusan menggunakan jasa fumigasi PT. Sucofindo Cabang Semarang..

Pengaruh Kualitas Produk dan harga Terhadap Keputusan Pembelian

Arianto dan Giovanni (2020) dengan hasil penelitian, yaitu terdapat Secara simultan bahwa Kualitas produk dan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $72,760 > 4,84$ dan nilai sig $< 0,01$ atau $0,000 < 0,01$.

Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan tinjauan pustaka, serta hubungan antar variabel yang diatas maka dapat dirumuskan beberapa hipotesis. Menurut Creswell (2017:134) hipotesis merupakan prediksi-prediksi yang dibuat peneliti tentang hubungan antar variabel yang ia harapkan.

Hipotesis yang disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berikut ini beberapa hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H1 : Terdapat pengaruh signifikan Kualitas produk dan Harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya

H2 : Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya.

H3 : Terdapat pengaruh signifikan Harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PT Multi Garmenjaya cabang Mall SKA Pekanbaru yang beralamat di jalan Soekarno Hatta, Kota Pekanbaru. Teknik analisa data menggunakan kuantitatif. Dengan metode regresi linear berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara beberapa variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli pada PT. Multi Garmenjaya cabang Pekanbaru pada tahun 2020 yaitu 1.782 orang yang membeli produk Cardinal Casual. Mengingat banyaknya jumlah populasi maka penulis menggunakan rumus pengambilan sampel yang dikemukakan oleh Slovin dikutip oleh (menurut Umar (2013:72).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Maka didapatlah besaran sampel sebanyak 95 orang dengan metode pengambilan sampel berdasarkan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013) *Sampling Purposive* adalah yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangannya adalah sampel yang menjadi konsumen yang membeli produk Cardinal di Mall SKA Pekanbaru. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi metode kuesioner, wawancara dan observasi (Husein Umar, 2013:46).

Sesuai dengan jenis dan sifat penelitian ini, maka seluruh data yang akan dikumpulkan disusun sistematis dan deskriptif. Metode analisis data

yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi sosial, Skor jawaban respondent dalam penelitian.

Untuk membantu dalam pengolahan data tersebut digunakan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Sedangkan alat uji yang digunakan untuk menguji persamaan regresi serta koefisien determinasi dan standar errornya dan untuk melihat pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan instrumen berupa kuesioner yang terdiri dari variabel Kualitas produk (X1) sebanyak 12 item, Harga (X2) sebanyak 10 item dan Keputusan Pembelian sebanyak 12 item pernyataan.

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui item-item atau pertanyaan yang valid dalam

menentukan sebuah variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi (r) hitung dengan r tabel. Dimana kriteria pengujiannya jika nilai r hitung > r tabel maka dikatakan item pertanyaan tersebut valid dan jika nilai r hitung < r tabel maka dikatakan item pertanyaan tersebut tidak valid dan dinyatakan pertanyaan tersebut gugur.

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel diperoleh nilai r hitung seluruh pernyataan > r tabel (0,2017).

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Kualitas produk (X1) sebanyak 12 item, Harga (X2) sebanyak 10 item dan Keputusan Pembelian sebanyak 12 item pernyataan tersebut semua dinyatakan *valid*. Artinya adalah alat ukur yang digunakan valid dan bisa digunakan sebagai alat pengumpul data.

Uji Realibilitas

Koefisien *cronbach alpha* yang lebih dari 0,60 menunjukkan keandalan (reliabilitas) instrumen. Selain itu, yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

Tabel 1
Hasil Uji reliabilitas

Variabel	Standar Koefisien Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,60	0,874	Reliabel
Harga (X2)	0,60	0,852	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,60	0,909	Reliabel

Sumber : Data Olahan, 2021.

Hasil pengujian reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien Alpha dari variabel-variabel yang diteliti menunjukkan hasil yang beragam dan variabel menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Koefisien Determinasi (R²)

Besarnya kontribusi variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (variabel Y) dapat dihitung dengan mencari nilai koefisien determinasi. Dari hasil output SPSS didapatkan :

Tabel 2 Analisis Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.442	.429	5.24074

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber ; Data olahan ; 2021

Dari hasil tersebut didapatkan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,429 atau 42,9%. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas produk dan Harga memberikan kontribusi terhadap perubahan-perubahan variabel Keputusan pembelian sebesar 42,9%. sementara sisanya sebesar 57,1%.(100%-42,9%) dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Regresi Berganda.

Hipotesis yang akan diuji adalah kemungkinan adanya pengaruh antara variabel Kualitas produk (X1) dan variabel Harga (X2) terhadap Keputusan pembelian dilakukan dengan regresi linier berganda (*multiple regression analysis*). Hasil uji selengkapnya dapat dilihat pada tabel di bawah berikut ini :

Tabel 3 Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.638	5.807		6.481	.000
	Kualitas Produk	.534	.083	.505	6.414	.000
	Harga	-.441	.095	-.365	-4.631	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber ; Data olahan ; 2021

Tabel diatas menunjukkan pengaruh variabel independen yaitu Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan pembelian (Y), menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*) dengan hasil adalah $Y = 37,638 + 0,534X1 - 0,441X2$. Hal ini menunjukkan nilai dari a (constan) sebesar 37,638, berarti tanpa adanya variabel kualitas produk (X1) dan Harga (X2) atau bernilai nol, maka Keputusan pembelian (Y) bernilai sebesar 37,638. Sedangkan nilai dari koefisien regresi variabel Kualitas produk (X1) sebesar 0,534 berarti pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y) berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya peningkatan pada variabel kualitas produk (X1) sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,534. Kemudian nilai dari

koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar - 0,441 berarti memiliki arah hubungan yang negatif Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel harga (X2) sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan keputusan pembelian sebesar - 0,441. Dengan kata lain bila harga yang ditetapkan rendah dan dibawah kompetitor maka akan meningkatkan keputusan pembelian produk Cardinal.

Uji t

Uji_t digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial/satu persatu, berikut adalah hasil out put SPSS untuk uji_t

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan SPSS, diperoleh data-data sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.638	5.807		6.481	.000
	Kualitas Produk	.534	.083	.505	6.414	.000
	Harga	-.441	.095	-.365	-4.631	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber ; Data olahan ; 2021

Berdasarkan pada tabel 3 di atas diperoleh nilai t_{hitung} untuk Kualitas produk (X_1) sebesar (6,414) dan Harga (X_2) sebesar (-4,631). Sedangkan nilai kritis menurut tabel dengan tingkat signifikansi 5% dengan menggunakan rumus $t_{tabel} (\alpha / 2; n - k) k = 3$ dan $n = 92$ adalah 1,98580

Berdasarkan hasil diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut : Untuk variabel Kualitas produk (X_1) memiliki nilai t_{hitung} (6.414) > dari nilai t_{tabel} (1.98580) dan Harga (X_2) memiliki nilai

t_{hitung} (4.631) > t_{tabel} (1.98580) maka hal tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Cardinal di Mall SKA Pekanbaru.

Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama, berikut adalah hasil output SPSS untuk uji F

Tabel 5 Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1997.674	2	998.837	36.367	.000 ^b
	Residual	2526.810	92	27.465		
	Total	4524.484	94			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber ; Data olahan ; 2021

Berdasarkan hasil SPSS diperoleh F_{hitung} sebesar 22,052. Sedangkan F_{tabel} diperoleh dengan $(n-k)/(k-1)$: sebesar $(95-3)/3=92$ ($3-1=2/kolom$), maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,10 ($\alpha=5\%$).

Maka disimpulkan bahwa F_{hitung} sebesar 36,367 > F_{tabel} sebesar 3,10 sehingga secara bersama-sama/simultan variabel Kualitas produk (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya di Mall SKA Pekanbaru.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian dari penelitian ini didapat bahwa:

Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya di Mall SKA Pekanbaru .

Berdasarkan hasil uji F, Maka disimpulkan bahwa F_{hitung} sebesar 36,367 > F_{tabel} sebesar 3,10 sehingga secara bersama-sama/simultan variabel Kualitas produk (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya di Mall SKA Pekanbaru. Berarti Hipotesis pertama (H1) terbukti.

Hasil ini menguatkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arianto dan Giovanni (2020) dengan hasil penelitian, yaitu terdapat Secara simultan bahwa Kualitas produk dan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai F_{hitung} > F_{tabel} yaitu $72,760 > 4,84$ dan nilai $sig < 0,01$ atau $0,000 < 0,01$

Pengaruh Kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya di Mall SKA Pekanbaru.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diduga variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk cardinal casual di Mall SKA Pekanbaru. Dimana hasil Kualitas produk (X_1) memiliki nilai t_{hitung} (6.414) > dari nilai t_{tabel} (1.98580) , maka hal tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Cardinal di Mall SKA Pekanbaru. Berarti Hipotesis kedua (H2) terbukti.

Dalam penelitian ini kualitas produk (X_1) perlu diperhatikan oleh PT. Multi Garmenjaya bahwa perlunya memperbaiki model dan variasi bahan pakaian dengan cara membandingkan dengan produk yang sejenis namun menjadi

saingan terdekat. Karena menurut Hasil yang penelitian Rosita, dkk (2017) bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Samesame Clothing. Besarnya pengaruh total kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Samesame Clothing adalah sebesar 0,1013 atau 10,13%

Pengaruh Harga (X2) terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya di Mall SKA Pekanbaru.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diduga terdapat pengaruh signifikan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya. Didapat hasil yaitu harga (X2) memiliki nilai $t_{hitung} (-4.631) > t_{tabel} (1.98580)$, nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,00 yang berada dibawah 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,429. Dapat disimpulkan bahwa harga memiliki arah hubungan negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berarti Hipotesis ketiga (H3) terbukti.

Dalam penelitian ini harga perlu menjadi perhatian karena produk cardinal produk Cardinal Casual mempunyai harga lebih tinggi antara Rp. 70.000 – Rp. 200.000 dibandingkan produk lain yang ada di Mall SKA Pekanbaru, hal ini akan berdampak pada keputusan pembelian konsumen. Sebab konsumen akan membandingkan pada produk sejenis dengan mutu tertentu atau sama, namun memiliki harga yang lebih rendah.

Hal ini dikuatkan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Puspitasari, dkk (2017) menunjukkan hasil penelitian yang berbeda bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa fumigasi. Artinya bilamana harga yang ditetapkan rendah maka akan meningkatkan keputusan menggunakan jasa fumigasi PT. Sucofindo Cabang Semarang.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Simpulan penelitian ini antara lain :

1. Terdapat pengaruh variabel Kualitas produk dan Harga terhadap variabel dependen yaitu Keputusan pembelian (Y), dengan menggunakan regresi berganda (multiple regression analysis) dengan hasil adalah $Y = 37,638 + 0,534X1 - 0,441X2$. Hal ini menunjukan nilai dari a (constan) sebesar 37,638, berarti tanpa adanya variabel kualitas produk dan harga atau bernilai nol, maka

Keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya bernilai sebesar 37,638. Serta memiliki arah hubungan yang positif untuk variabel Kualitas produk. Dan memiliki arah hubungan yang negatif untuk variabel harga.

2. Berdasarkan hasil uji F, Maka disimpulkan bahwa Fhitung sebesar $36,367 > Ftabel$ sebesar 3,10 sehingga secara bersama-sama/simultan variabel Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya di Mall SKA Pekanbaru. Berarti Hipotesis pertama (H1) terbukti
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis diduga variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk cardinal casual di Mall SKA Pekanbaru. Dimana hasil Kualitas produk (X1) memiliki nilai $t_{hitung} (6.414) >$ dari nilai $t_{tabel} (1.98580)$, maka hal tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Cardinal di Mall SKA Pekanbaru. Berarti Hipotesis kedua (H2) terbukti.
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis diduga terdapat pengaruh signifikan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Cardinal Casual pada PT. Multi Garmenjaya. Didapat hasil yaitu harga (X2) memiliki nilai $t_{hitung} (-4.631) > t_{tabel} (1.98580)$, nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,00 yang berada dibawah 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,429. Dapat disimpulkan bahwa harga memiliki arah hubungan negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berarti Hipotesis ketiga (H3) terbukti.
5. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,429 atau 42,9%. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas produk dan Harga memberikan kontribusi terhadap perubahan-perubahan variabel Keputusan pembelian sebesar 42,9%. sementara sisanya sebesar 57,1%.(100%-42,9%) dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

Saran

Dari kesimpulan penelitian diatas, maka penulis dapat memberikan masukan sebagai berikut:

- 1) Melihat hasil penelitian ini, maka di saran kepada pimpinan PT. Multi Garmenjaya Cabang Mall SKA Pekanbaru untuk mempertahankan kualitas produk dan melakukan perubahan sesuai dengan selera pasar terbaru agar keputusan pembelian terdapan produk Cardinal Casual berdasarkan pertimbangan yang tepat bila dibandingkan produk pesaing..
- 2) Memberikan saran untuk memperhatikan secara cermat tentang perkembangan harga barang competitor, sebab produk Cardinal sudah berada pada harga yang lebih tinggi dibanding harga produk pesaing. Agar penentuan harga berdasarkan perkembangan pasar terbaru.
- 3) Kepada peneliti selanjutnya agar mampu melihat variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diluar variabel kualitas produk dan harga. Misal; variabel promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Iful, dan Satrio Budhi, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 4 nomor 12 tahun 2015, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya. Surabaya.
- Ansori, P. B. 2020. *Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru*. Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review
- Arianto dan Giovanni. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 3, No. 2 / Februari 2020
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press, Jakarta.
- Creswell, John W. 2017. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Alih bahasa : Achmad Fawaid. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Robert, Gain. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt*. Jurnal Volume 2, Nomor 2, Juni 2017.
- Igir Friani Gloria, Tampi Jhony R. E. dan Taroreh Henny. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang*. Jurnal administrasi Bisnis. Universitas Sam Ratulangi. Vol. 6 No. 2 Tahun 2018
- Husein, Umar, 2013, *Riset Sumber Daya Manusia dalam organisasi*, cetakan ketiga, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2012. *Marketing*, edisi kedua belas, Jilid satu, Penerbit. Prenhallindo. Jakarta.
- Puspitasari, Astuti, Kurniani. 2017. *Analisis Harga, Keunggulan Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa fumigasi. (Studi Kasus PT. sucofindo Cabang Semarang)*. Jurnal Business Administration Department, Polines. Jurnal JOBS, Vol. 3, No.1, Oct 2017. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/job>
- Rosita dan Inne Satyawisudarini 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (studi Kasus Pembelian Online produk T-shirt Samesame Clothing)*. JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (ALMANA) VOL. 1 NO. 3/ DESEMBER 2017. Uinversitas Langlangbuana.
- Swastha Basu dan Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Senggetang Vania, Mandey Silvy L dan Moniharapon Silcyljeova. 2019. *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado*. Jurnal EMBA Vol.7 No.1 Januari 2019, Hal. 881 – 890 . Universitas Sam Ratulangi Manado
- Sugiyono, 2012, *Statistika Untuk Penelitian*, CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. CV Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Penerbit : Onisia, Yogyakarta