

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEPUNG TERIGU SEGITIGA BIRU DI TOKO BAHAN KUE AROMA JAYA BOJONEGORO

Devi Andriyani<sup>1)</sup>, Ali Mujahidin<sup>2)</sup>, Ali Nourdin<sup>3)</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro  
email: [andriyanid817@gmail.com](mailto:andriyanid817@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro  
email: [ali\\_mujahidin@ikippgribojonegoro.ac.id](mailto:ali_mujahidin@ikippgribojonegoro.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro  
email: [ali.ikip.pgri.bojonegoro@gmail.com](mailto:ali.ikip.pgri.bojonegoro@gmail.com)

## **Abstract:**

*Product quality is where the condition of the goods is very influential on what will be sold to customers from the good or bad of a product. Usually customers are very observant in choosing the product to be purchased by looking at the quality of the product. Price is an element of the marketing mix that is flexible which can change at any time according to time and place. Prices are not just the numbers listed on the label of a package or store shelf, but prices take many forms and perform many functions. The purchase decision is a buying decision process consisting of five stages carried out by a consumer before arriving at the purchase decision and then post-purchase. Purchasing decisions have stages that must be observed. Which includes: information search, need recognition, evaluation of alternatives, purchase decisions, and post-purchase behavior. This method uses quantitative research. While the population in this study were all wheat flour buyers from March-May and had a total sample of 57 buyers. This study uses content validity by using Vaiken's formula. Collecting data by using a questionnaire/questionnaire that has been given to the entire total sample that has been determined. The data analysis technique used is validity and reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, correlation coefficient test, coefficient of determination test, multiple linear regression test, hypothesis testing through t test (partial) and f test (simultaneous). The results of this study found the conclusion that, product quality which is the X1 variable has an influence on purchasing decisions or the Y variable. With a sig value. is  $0.000 < 0.05$  and  $t_{count} 12.365 > t_{table} 2.004$ . On the effect of price discounts which is the X2 variable, there is no influence on purchasing decisions (Y) with a sig value. is  $0.178 > 0.05$  and  $t_{count} 1.366 < t_{table} 2.004$ . And the effect of product quality and price discounts on purchasing decisions of blue triangle flour is influential, this can be seen in the significant value on the t test (simultaneous) with a sig value of  $0.00 < 0.05$ , which means that X1 and X2 variables affect the variable Y.*

**Keyword:** Purchase Decision, Purchase of Blue Triangle Wheat Flour at Aroma Jaya Stores Bojonegoro

## **Abstrak berbahasa Indonesia**

*Kualitas Produk merupakan dimana kondisi barang yang sangat berpengaruh terhadap apa yang akan dijual untuk pelanggan dari baik buruknya sebuah produk tersebut. Biasanya pelanggan sangat jeli sekali dalam memilih produk yang akan dibeli dengan melihat kualitas produk tersebut. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Harga bukan hanya angka-angka yang tertera dilabel suatu kemasan atau rak toka, tapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksabakan banyak fungsi. Keputusan pembelian adalah proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan*

pembelian dan selanjutnya paska pembelian. Keputusan pembelian mempunyai tahapan yang harus dicermati. Yang meliputi : pencarian informasi, pengenalan kebutuhan, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Metode ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli tepung terigu dari bulan Maret-Mei dan mempunyai jumlah sampel yang berjumlah 57 pembeli. Penelitian ini menggunakan validitas isi dengan menggunakan rumus  $V$  aiken's. Pengumpulan data dengan cara menggunakan kuisioner/angket yang telah diberikan kepada seluruh total sampel yang sudah ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linear berganda, uji hipotesis melalui uji  $t$  (parsial) dan uji  $f$  (simultan). Hasil dari penelitian ini menemukan kesimpulan bahwa, kualitas produk yang merupakan variabel  $X1$  terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian atau variabel  $Y$ . Dengan nilai sig. adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan thitung  $12,365 > ttabel 2,004$ . Pada pengaruh potongan harga yang merupakan variabel  $X2$  tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) dengan nilai sig. adalah sebesar  $0,178 > 0,05$  dan thitung  $1,366 < ttabel 2,004$ . Dan pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian tepung terigu segitiga biru adalah berpengaruh, hal ini dapat di lihat pada nilai signifikan pada uji  $t$  (simultan) dengan nilai sig  $0,00 < 0,05$  yang artinya variabel  $X1$  dan  $X2$  berpengaruh terhadap variabel  $Y$ .

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, Pembelian Tepung Terigu Segitiga Biru Di Toko Aroma Jaya Bojonegoro

## PENDAHULUAN

Pemasaran adalah salah satu aktivitas yang sangat berarti dalam suatu aktivitas usaha, sebab pemasaran bisa menolong suatu usaha dalam mempertahankan pasar serta apalagi jadi pemimpin pasar. Dalam aktivitas usaha bagi beberapa distributor yaitu melihat dari segi kualitas produk dan potongan harga. Kualitas produk dalam aktivitas pemasaran sangat penting bagi kegiatan usaha untuk membuat pembeli menjadi berminat terhadap produk yang dipasarkan sehingga membuat pembeli berniat untuk membeli barang.

Pilihan pembelian pelanggan pada dasarnya dimulai ketika pembeli membutuhkan suatu barang, dan hal utama yang akan dilihat adalah sifat barang tersebut, kemudian, pada saat itu pembeli mengungkap data, mencari referensi barang merk lain dan mempertimbangkan barang mana yang dapat memenuhi pembeli.

Tepung terigu segitiga biru merupakan tepung terigu berprotein sedang yang sering sekali digunakan untuk pembuatan kue, mie, dan sejenis hidangan lainnya. Toko Aroma Jaya Bojonegoro adalah salah satu toko bahan kue yang menjual tepung terigu segitiga biru.

Harga juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar menarik perhatian, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud. Dalam arti luas produk meliputi obyek-obyek fisik, jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran-bauran entitas ini (Kotler dan Armstrong 2017:226)

Kualitas produk merupakan gambaran seluruh dimensi produk yang ditawarkan dan menghasilkan manfaat dan

nilai bagi seluruh konsumen Tjiptono dan Chandra, 2016). Dari prespektif yang terbatas, kualitas dicirikan sebagai terbebas dari bahaya. Kualitas adalah titik dimana klien kami kembali dan barang kami tidak kembali (Kotler dan Amstrong, 2017:273)

Harga yang ditetapkan oleh tobaku Aroma jaya bojonegoro atas produk tepung yang dijual kisaran Rp. 10.000., Harga tersebut ialah harga yang cukup lumayan terjangkau pada saat pandemi covid dan ditambah lagi harga tepung mulai melonjak. Biasanya ini karena ada target yang diberikan pihak sales untuk toko agar menunjang penjualan, sehingga diberi potongan harga dan dapat terjadinya keputusan pembelian. Tidak hanya itu pemberian potongan biasanya dilakukan karena masa produksi hampir habis dengan jumlah stok yang lumayan banyak, sehingga mau tidak mau pihak toko akan memberikan potongan harga agar stok cepat habis.

Proses keputusan pembelian konsumen menurut Kotler dan Keller yang dialihbahasakan Bob Sabran (2016:188) biasanya melalui lima tahapan, yaitu pengenalan masalah (*problem recognition*), pencarian informasi (*information search*), evaluasi alternatif (*evaluation of alternatives*), keputusan pembelian (*purchase decision*), dan perilaku setelah pembelian (*postpurchase behavior*).

Sesuai dengan sudaryono (2016;99) bahwa sebagai pilihan kegiatan dari sekurang-kurangnya dua keputusan efektif. Secara keseluruhan, individu yang memutuskan pilihan harus memiliki satu keputusan dari beberapa pilihan lain yang dapat ddiakses. Jika seseorang dihadapkan pada dua keputusan, yaitu pembeian tertentu dan tidak menerima, dan kemudian dia memilih, maka, pada saat itu dia berada dalam situasi untuk memutuskan suatu penelitian.

Seperti halnya yang dilakukan oleh Efendi (2016; 247) bahwa pilihan membeli adalah hasil atau kelanjutan dari apa yang dilakukan orang ketika dihadapkan dengan keadaan tertentu dan pilihan untuk bertindak dalam mengatasi kebutuhan mereka. Menurut Kotler (2012:166) dalam (Firman Ardiansyah dan Nurvita Trianasari 2018),

Penelitian ini bertujuan untuk: 1). Mengetahui pengaruh kualitas produk akan mempengaruhi keputusan pembelian tepung terigu segitiga biru teradap toko bahan kue. 2). Mengetahui pengaruh potongan harga akan mempengaruhi keputusan pembelian tepung terigu di toko bahan kue. 3). Mengetahui kualitas produk dan potongan harga mempengaruhi keputusan pembelian tepung terigu segitiga biru terhadap toko bahan kue.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis melihat adanya pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian tepung terigu segitiga biru di toko bahan kue aroma jaya bojonegoro sehingga hal ini perlu diperhatikan. Oleh karena itu untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Terigu Segitiga Biru Di Toko Bahan Kue Aroma Jaya Bojonegoro”.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini mengkaji tentang pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Bahan Kue Aroma Jaya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Nana Sudjana dan Ibrahim (2001) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari pada asumsi, kemudian ditentukan variabel, dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode-metode penelitian

yang valid, terutama dalam penelitian kuantitatif.

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, yaitu analisis yang dilakukan untuk mengukur pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan potongan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) tepung terigu segitiga biru ditoko bahan kue Aroma Jaya Bojonegoro.

Adapun populasi dalam penelitian ini yang diambil adalah populasi penjualan Tepung Segitiga Biru pada Bulan Maret-Mei 2022 sebanyak 200 orang. Dari data yang diperoleh peneliti dari pihak Toko Aroma Jaya yang bersifat rahasia. Maka dalam penelitian ini hanya dapat memperoleh jumlah sesuai dengan tabel yang sudah ada. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin. Alasan menggunakan rumus tersebut adalah untuk mendapatkan sampel yang representatif dan lebih pasti atau mendekati populasi yang ada.

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Ket :

$n$  = jumlah elemen/anggota sampel

$N$  = jumlah elemen/anggota populasi

$e$  = error level (tingkat kesalahan, umumnya digunakan 1%, 5% dan 10%)

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$= \frac{200}{1 + (200 \times [0,5]^2)}$$

$$= \frac{200}{3,5}$$

$$= 57,142857 \text{ dibulatkan menjadi } 57$$

Dapat di simpulkan bahwa sampel penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 57 responden.

Adapun instrument dalam penelitian ini adalah angket/kuesioner dengan menggunakan modifikasi skala likert untuk skala pengukuran. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis koefisien korelasi, Analisis Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Berganda, Uji Hipotesis Uji-t.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1) Uji Validitas

Validitas instrumen merupakan tingkat suatu instrumen mampu mengukur apa yang hendak diukur. Instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (Arikunto,

2010: 211). *judgment expert* yang terdiri dari 2 Dosen ekonomi dan 1 Admin Toko Aroma Jaya. Setelah dilakukan validasi, data penilaian yang didapat dari validator kemudian diukur menggunakan Aiken's  $V$ . Item pernyataan angket dinyatakan valid apabila nilainya lebih besar dari nilai indeks  $V$  yaitu 0,92. Dari 21 item pernyataan terdapat 20 item pernyataan yang valid.

### 2) Uji Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk  $X_1$

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.665	9

Sumber : SPSS 16.0

Pada tabel 1 diatas dapat dilihat hasil perhitungan reliabilitas angket variabel kualitas produk yaitu sebesar 0.665, dimana nilai tersebut > 0,6.

Maka dapat diartikan instrumen variabel kualitas produk adalah reliabel atau konsisten, instrumen tersebut akan memperoleh hasil yang sama apabila diukur beberapa kali pelaksanaan

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas Potongan harga X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.653	4

Sumber : SPSS 16.0

Pada tabel 2 diatas dapat dilihat hasil perhitungan reliabilitas angket variabel potongan harga yaitu sebesar 0.653, dimana nilai tersebut > 0,6. Maka dapat diartikan

instrumen variabel potongan harga adalah reliabel atau konsisten, instrumen tersebut akan memperoleh hasil yang sama apabila diukur beberapa kali pelaksanaan.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.647	10

Sumber : SPSS 16.0

3) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak. Untuk mengetahui normal atau tidaknya

sebaran tiap variabel melalui uji one sample Kolmogorov-Smirnov. Jika signifikansi >0,05, maka artinya data berdistribusi normal.

Tabel 4 Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30372664
Most Extreme Differences	Absolute	.144
	Positive	.075
	Negative	-.144
Kolmogorov-Smirnov Z		1.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.190

Sumber : SPSS For Windows 16.0

Berdasarkan hasil penelitian tersebut signifikansi  $>0,05$  yaitu 0,190 dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Artinya, data

perolehan ini lebih besar dari 0,05. Dengan demikian data dapat dikatakan berdistribusi normal.

4) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Metode pengujian yang biasa digunakan

yaitu dengan melihat nilai inflation factor (VIF) dan nilai tolerance. Jika nilai VIF lebih besar daripada 10, maka terjadi multikolinearitas (kolinearitas tinggi), dan jika nilai tolerance lebih kecil daripada 0,1, maka terjadi multikolinearitas. Nilai VIF dan Tolerance dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

No.	Variabel Bebas	Tolerance	VIF
1.	Kualitas Produk	0,795	1,258
2.	Potongan Harga	0,795	1,258

Sumber : Hasil SPSS For Windows 16.0

Berdasarkan hasil dari tabel tersebut, bahwa hasil uji multikolinearitas diatas menunjukkan nilai Tolerance adalah sebesar  $0.795 > 0.10$  yang berarti bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dan nilai VIF adalah sebesar  $1.258 < 10.00$  yang berarti bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

b) Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas adalah suatu gejala dimana residu dari suatu persamaan regresi berubah-ubah pada suatu rentang data tertentu. Adanya masalah heterokedastisitas mengakibatkan nilai t-statistik dan f-statistik yang dihasilkan terlalu kecil dan tidak signifikan. Hasil dari uji

heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas Glejser

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.270	1.234		.218	.828
Kualitas Produk	.001	.038	.005	.031	.975
Potongan Harga	.061	.082	.112	.741	.462

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber : Hasil SPSS For Windows 16.

Berdasarkan data hasil uji heteroskedastisitas diatas menunjukkan nilai sig. Kualitas Produk adalah sebesar  $0,975 > 0,05$  yang berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan nilai sig. potongan harga sebesar  $0,462 > 0,05$  yang berarti tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5) Analisis Regresi

a) Analisis Regresi Linear Berganda  
 Analisis Linear Berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Produk dan Potongan harga terhadap keputusan pembelian tepung terigu segitiga biru.

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.994	2.253		2.660	.010
Kualitas Produk	.867	.070	.847	12.365	.000
Potongan Harga	.204	.150	.094	1.366	.178

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Spss For Windows 16.0

Dari hasil perhitungan tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 5,994 + 0,867 X_1 + 0,204 X_2$$

a) Nilai konstanta (a) memiliki nilai sebesar memiliki nilai sebesar 5,994 yang mengandung arti bahwa nilai

konsisten variable keputusan pembelian adalah sebesar 5,994

b) Koefisien regresi untuk variable nilai produk X1 sebesar 0,867 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas produk, maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 0,867. Koefisien regresi tersebut

bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y adalah positif.

- c) Koefisien regresi untuk variable potongan harga X2 sebesar 0,204 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai potongan harga, maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 0,204. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh

variabel X2 terhadap variabel Y adalah positif

- 6) Analisis Koefisien dan regresi
  - a) Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi R adalah untuk mengukur korelasi antara variabel X1 dan X2 dengan variabel Y dengan kata lain seberapa kuat korelasi atau hubungan antara variabel X dengan variabel Y

Tabel 8 Nilai Koefisien Korelasi R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 <sup>a</sup>	.798	.791	1.32765

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

Sumber : SPSS for windows 16.0

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,894 yang berarti bahwa korelasi hubungan antar variabel adalah cukup kuat.

- b) Koefisien Korelasi Determinasi R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung kontribusi variabel independent terhadap variabel dependent. Berdasarkan dari perhitungan SPSS 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 9 Nilai Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 <sup>a</sup>	.798	.791	1.32765

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

Sumber : SPSS for windows 16.

Dari tabel 4.10 memperoleh hasil koefisien determinasi R<sup>2</sup> ditunjukkan oleh nilai R square. Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,798 yang menunjukkan bahwa korelasi antara Kualitas produk dan Potongan Harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sebesar 79.8% . Sedangkan

20,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

- 7) Uji Hipotesis
  - a) Uji Parisal (T)

Menurut ghozali (2012) Uji uji t dipergunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel



independen yang digunakan pada penelitian ini secara individual dalam menggambarkan variabel dependen secara parsial. Dengan

rumus  $t_{tabel} = t(a/2 ; n-1) t(0,025 ; 55) = 2,004$ . Dengan data yang diperoleh dibawah ini

Tabel 10 Uji Parsial

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.994	2.253		2.660	.010
	Kualitas Produk	.867	.070	.847	12.365	.000
	Potongan Harga	.204	.150	.094	1.366	.178

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : SPSS for Windows 16.0

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari SPSS for Windows 16.0 diperoleh data yang diuraikan sebagai berikut:

a. Diketahui nilai sig. adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan thitung  $12,365 > t_{tabel} 2,004$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti terdapat pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$

b. Diketahui nilai sig. adalah sebesar  $0,178 > 0,05$  dan thitung  $1,366 < t_{tabel} 2,004$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak yang

berarti tidak terdapat pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$ .

b) Uji Simultan (F)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat, pada taraf signifikansi 0,05 dengan  $df_1 = k-1$  dimana k adalah jumlah variabel bebas dan terikat sehingga  $3-1 = 2$  dan  $df_2 = n-k$  dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah data sehingga  $59-3 = 56$ , maka nilai Ftabelnya adalah 3,16. Dari perhitungan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 11 Uji Simultan

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377.062	2	188.531	106.959	.000 <sup>a</sup>
	Residual	95.183	54	1.763		
	Total	472.246	56			

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : SPSS for Windows 16.0

Berdasarkan data diketahui jumlah sampel pada data sebanyak 57 sampel, sedangkan jumlah variabel baik variabel bebas maupun terikat berjumlah 3 variabel.

Hasil uji f didapat bahwa  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $106.959 > 3.13$ ) dan signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara

variabel kualitas produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian tepung

terigu Segitiga Biru ditoko Bahan Kue Aroma Jaya.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh secara positif secara langsung terhadap keputusan pembelian. Dari hasil analisis yang sudah diperoleh dan dari jawaban seluruh responden bahwa konsumen produk tepung terigu segitiga biru menilai bahwa tidak ada pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan potongan harga berpengaruh bersama sama terhadap keputusan pembelian.

Hal ini didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Yogi (2017) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mila (2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa dari penelitian terdahulu dan juga dari pengujian yang dilakukan penulis bahwa harga merupakan variabel yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian meskipun terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu mengenai seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Semakin baik harga yang ditentukan maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian, sehingga akan berdampak positif terhadap penjualan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhendri (2019) dalam jurnal ekonomi bisnis Vol.17 No. 2 yang berjudul "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada restoran A&W Supermall Karawaci" yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari

kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Hal ini didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Anindhyta (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dede (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dapat disimpulkan bahwa dari penelitian terdahulu dan juga dari pengujian yang dilakukan penulis bahwa kualitas produk dan harga merupakan variabel yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian meskipun terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen dan semakin tepat harga yang ditentukan maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian, sehingga akan berdampak positif terhadap penjualan.

## DAFTAR RUJUKAN [Times New Roman 11 bold]

- Amilia, S., 2017. Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), pp.660-669.
- Anwar, I. and Satrio, B., 2015. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu*

- dan Riset Manajemen (JIRM), 4(12).
- Fernando, M.F. and Aksari, N.M.A., 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Fure, F., Lopian, J. and Taroreh, R., 2015. Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di j. co Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Joshua, D. and Padmalia, M., 2017. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
- Kodu, S., 2013. Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Mahanani, E., 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall. Com. *Journal Ikhraith Humaniora*, 2(1), pp.53-61.
- Pardede, R. and Haryadi, T.Y., 2017. Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).
- Saidani, B. and Arifin, S., 2012. Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), pp.1-22.
- Soewito, Y., 2013. Kualitas produk, merek dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Suari, M.T.Y., Telagawathi, N.L.W.S. and Yulianthini, N.N., 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), pp.26-33.
- Supriyadi, S., Wiyani, W. and Nugraha, G.I.K., 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).
- Wulandari, R.D. and Iskandar, D.A., 2018. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), pp.11-18.
- Yuniarti, Y., 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 18(1), p.139690.

