

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT Mubarak Dua Kencana Kabupaten Jember

The Influence of Product Quality, Price on Product Purchasing Decisions at PT Mubarak Dua Kencana Jember Regency

Siti Musarrofah^{1*}, Wenny Dhamayanthi², Nanang Dwi Wahyono³, Naning Retnowati⁴

¹ Department of Management Agribusiness, Politeknik Negeri Jember

² Department of Management Agribusiness, Politeknik Negeri Jember

³ Department of Management Agribusiness, Politeknik Negeri Jember

⁴ Department of Management Agribusiness, Politeknik Negeri Jember

sitimusarrofah567@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan bisnis yang pesat di Indonesia menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan perlu menjaga kualitas produk dan menetapkan harga yang terjangkau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada PT Mubarak Dua Kencana Kabupaten Jember. Tujuan khusus penelitian yaitu: (1) menganalisis pengaruh kualitas produk, harga secara simultan terhadap keputusan pembelian, (2) menganalisis pengaruh kualitas produk, harga secara parsial, dan (3) mengetahui variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan jumlah responden sebanyak 40 orang konsumen PT Mubarak Dua Kencana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, kualitas produk berpengaruh signifikan, sedangkan harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, kualitas produk merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk PT Mubarak Dua Kencana. Temuan ini menunjukkan pentingnya perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Kata kunci — Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian Produk

ABSTRACT

Rapid business development in Indonesia has caused competition between companies to become increasingly tight. To win the competition, companies need to maintain product quality and set affordable prices. This study aims to determine the effect of product quality and price on product purchasing decisions at PT Mubarak Dua Kencana, Jember Regency. The specific objectives of the study are: (1) to analyze the effect of product quality, price simultaneously on purchasing decisions, (2) to analyze the effect of product quality, price partially, and (3) to determine the most dominant variables influencing purchasing decisions. The method used is a survey method with 40 respondents from PT Mubarak Dua Kencana consumers. The results of the study indicate that simultaneously product quality and price have a significant effect on purchasing decisions. Partially, product quality has a significant effect, while price has no significant effect on purchasing decisions. Thus, product quality is a dominant factor influencing consumer decisions in purchasing PT Mubarak Dua Kencana products. These findings indicate the importance of companies in maintaining and improving product quality to attract and retain customer.

Keywords — Product Quality, Price, Product Purchase Decision

1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis di Indonesia yang semakin meningkat mengakibatkan banyaknya persaingan, sehingga produsen dituntut untuk lebih inovatif agar tidak kalah saing dengan pembisnis lainnya. Perusahaan perlu meningkatkan pemasaran dan mencermati perilaku para konsumen agar dapat memenangkan persaingan bisnis yang ada. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan bisnis yaitu dengan menjaga kualitas produknya agar para konsumen tertarik untuk membeli produk yang dijual. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen [1]. Kualitas suatu produk berkaitan erat dengan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan [2]. Perusahaan yang memiliki kualitas produk yang baik daripada perusahaan lain akan memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan tersebut. Selain kualitas produk, hal yang harus diperhatikan yaitu keterjangkauan harga karena harga yang terjangkau membuat konsumen semakin tertarik untuk membeli produknya. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan hak menggunakan barang [3]. Perusahaan harus menetapkan harga produk dengan baik sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang dijual [4]. Salah satu perkembangan bisnis yang pesat hingga saat ini yaitu perkembangan produk turunan kedelai seperti tempe banyak dijumpai di Indonesia.

Tempe merupakan salah satu produk turunan atau olahan dari kedelai yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Seiring bertambahnya perkembangan bisnis di Indonesia, tempe banyak sekali ditemui di pasaran bahkan di restoran besar. Salah satu perusahaan penghasil tempe yaitu PT Mubarak Dua Kencana yang berada di Kabupaten Jember.

PT Mubarak Dua Kencana merupakan industri pengolahan kedelai menjadi produk tempe. PT Mubarak Dua Kencana ini didirikan pada tahun 2017 oleh Bapak Soleh yang beralamat di Jl Parang Tritis, Perum Mahkota Raya Rengganis blok D2 no 62, Kelurahan Antirogo, Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember. Awal mula memberikan nama Dua Kencana yaitu Bapak Soleh memiliki saudara yang bernama Gufron. Gufron bekerja sebagai

karyawan pabrik di suatu perusahaan, pada tahun 2020 terjadi covid akhirnya Bapak Gufron terkena PHK dan beralih untuk membantu kakaknya memproduksi tempe hingga saat ini. PT Mubarak Dua Kencana ini akhirnya dikelola oleh dua saudara yang saling memberikan support satu sama lain.

PT Mubarak Dua Kencana memproduksi 2.9 kuintal kedelai yang akan menjadi tempe perharinya. Saat ini PT Mubarak Dua Kencana memiliki 16 karyawan dengan 7 orang dibagian *packing*, 7 orang bagian produksi, dan 2 orang bagian *sales/delivery*. PT Mubarak Dua Kencana menjual tempe ke warung-warung 24 jam dekat kampus. Data penjualan tempe PT Mubarak Dua Kencana yaitu bulan Januari 2024 tempe terjual sebanyak 43.125 pcs, bulan Februari 2024 tempe terjual sebanyak 47.302 pcs, pada bulan Maret 2024 tempe terjual 50.253 pcs, bulan April 2024 terjual sebanyak 41.654 pcs, bulan Mei 2024 tempe terjual 40.721 pcs, pada bulan Juni 2024 terjual 45.432 pcs, pada bulan Juli 2024 terjual 39.751 pcs, pada bulan Agustus 2024 tempe terjual 44.021 pcs, pada bulan September 2024 terjual 41.603 pcs, pada bulan Oktober 2024 terjual 37.532 pcs, pada bulan November 2024 terjual 42.706 pcs, dan pada bulan Desember 2024 terjual 40.580 pcs. Seiring perkembangan usaha tempe, volume penjualan PT Mubarak Dua Kencana tidak stabil (fluktuatif) karena beberapa faktor salah satunya banyaknya pesaing dengan usaha sejenis yang berpengaruh terhadap penjualan tempe PT Mubarak Dua Kencana. Banyaknya pesaing sejenis berdampak pada perkembangan PT Mubarak Dua Kencana. Pesaing dapat mempengaruhi penjualan, keuntungan dan pangsa pasar. Pabrik tempe Murni Jaya yang berada di Jl. Pahlawan, Sumber Pinang, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember adalah gambaran pesaing dari PT Mubarak Dua Kencana. Persaingan ketat di pasar tempe menuntut produsen untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi yang tetap ekonomis bagi konsumen. PT Mubarak Dua Kencana perlu menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk agar dapat bertahan dan bersaing di pasar yang semakin ketat dan kompeten.

Kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian produk [5]. Produk tempe yang ditawarkan PT



Mubarok Dua Kencana memiliki rasa yang gurih dan sedap karena proses fermentasi, aroma yang khas fermentasi dan tidak berbau busuk, serta tekstur yang kenyal dan padat. PT Mubarok Dua Kencana melibatkan 7 orang karyawan bagian produksi dan 7 orang karyawan bagian *packing* sehingga terdapat perbedaan kualitas produk yang dihasilkan oleh setiap karyawan.

Harga juga menjadi pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang tinggi membuat konsumen tertarik untuk membeli [6]. Harga yang ditawarkan PT Mubarok Dua Kencana untuk penjualan produk tempe antara lain yaitu Rp 2.000 (9 cm x 12 cm), Rp 5.000 (9 cm x 22 cm), Rp 7.000 (9 cm x 25 cm) dan Rp 10.000 (10 cm x 23 cm). penjualan tempe terlaris yaitu pada harga Rp 5.000 (9 cm x 22 cm). Namun dalam industri tempe yang semakin ketat, PT Mubarok Dua Kencana harus memperhatikan harga produk pesaing yang lebih mahal yaitu pada tempe Murni Jaya harga jual tempe Rp 5.000 (7 cm x 20 cm), Rp 6.500 (7 cm x 22 cm), Rp 9.000 (8 cm x 23 cm) dan Rp 13.000 (9 cm x 24 cm). Hal ini penting untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan PT Mubarok Dua Kencana tetap terjangkau dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk. Berdasarkan permasalahan yang dialami perusahaan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT Mubarok Dua Kencana Kabupaten Jember”.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT Mubarok Dua Kencana Kabupaten Jember. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insidental, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 40 responden.

2.1 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen yaitu kualitas produk (X1, harga (X2) dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

2.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah salah satu hal yang mempengaruhi kualitas hasil penelitian [7]. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian dengan menggunakan kuesioner tertutup. Format jawaban penelitian ini menggunakan skala likert

2.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Mubarok Dua Kencana, Perum Mahkota Raya Rengganis blok D2 no 62 kelurahan Antirogo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Waktu penelitian dimulai bulan Juni sampai Juli 2024 dan dilanjutkan pada bulan Desember 2024 sampai bulan Maret 2025.

2.4 Tahapan Pengumpulan Data

Tahapan pengumpulan data pada penelitian ini meliputi pengamatan langsung ke perusahaan, wawancara dengan pemilik serta karyawan, menyebar kuesioner, dokumentasi, dan studi pustaka.

2.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

2.5.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Rumus uji validitas yaitu:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2(x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi
- x = variabel independen (skor butir)
- y = variabel dependen (skor jumlah)
- xy = skor pernyataan
- n = jumlah responden

2.5.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat kestabilan data atau reliabel tidaknya data yang diuji. Rumus uji reliabilitas yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma 1^2}\right)$$

Keterangan:

- r₁₁ = reabilitas instrumen
- k = banyaknya butir pertanyaan
- ∑σb² = jumlah varian butir
- σ1² = jumlah varian total



2.6 Teknik Analisis Data

2.6.1 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini pengujian asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas [5].

1. Uji normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk memeriksa apakah data berdistribusi normal. Metode yang digunakan meliputi visualisasi pada Normal P-Plot dan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.

2. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas pada variabel independen dalam regresi linier dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Multikolinieritas tidak terjadi jika *tolerance* > 0.1 dan VIF < 10.

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas (varians error yang tidak konstan). Caranya adalah dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

2.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Rumus regresi linier berganda yaitu [9]:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = keputusan pembelian
- a = koefisien konstanta
- b₁b₂ = koefisien regresi
- X₁X₂ = kualitas produk, harga
- e = standart error

2.6.3 Koefisien Determinasi (*adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*adjusted R²*) intinya mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat [10]. Rumus koefisien determinasi yaitu:

$$Adjusted R^2 = 1 - (1 - R^2) \left(\frac{n - 1}{n - k - 1} \right)$$

Keterangan:

- R² = koefisien determinasi
- n = banyaknya responden
- k = banyaknya variabel bebas

2.6.4 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara serempak berpengaruh terhadap variabel dependen. Rumus uji F yaitu:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- F = pengujian secara serempak
- R² = koefisien determinasi
- n = banyak responden
- k = banyak variabel bebas

2.6.5 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Rumus uji t yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

- t = nilai uji t
- n = jumlah sampel
- r = nilai koefisien korelasi

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden

Responden terbanyak berasal dari Kecamatan Summersari, dengan total 20 orang, di mana mayoritas adalah perempuan berusia 18-22 tahun yang bekerja sebagai mahasiswa. Kecamatan lain seperti Kaliwates, Pakusari, dan Kalisat juga memiliki responden, tetapi dengan jumlah yang lebih sedikit. Secara keseluruhan, Kecamatan Summersari memiliki persentase responden tertinggi (50%), sedangkan Kecamatan Patrang memiliki persentase terendah (2,5%). Data ini mencerminkan variasi dalam jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi pembelian di antara responden dari berbagai Kecamatan.



3.2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1.2.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan bahwa alat yang diukur dalam penelitian adalah valid. Uji validitas digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu kuesioner. Berikut hasil uji validitas dengan menggunakan *SPSS 27.0 for Windows* dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r Hitung	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,322	0,043	Valid
	X1.2	0,629	0,001	Valid
	X1.3	0,594	0,001	Valid
	X1.4	0,407	0,009	Valid
	X1.5	0,549	0,001	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,366	0,020	Valid
	X2.2	0,468	0,002	Valid
	X2.3	0,478	0,002	Valid
	X2.4	0,554	0,001	Valid
	X2.5	0,425	0,006	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,452	0,003	Valid
	Y.2	0,443	0,004	Valid
	Y.3	0,619	0,001	Valid
	Y.4	0,533	0,001	Valid
	Y.5	0,533	0,001	Valid

Berdasarkan pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan keputusan pembelian (Y) memiliki nilai r hitung $> 0,312$ (r tabel) dan signifikansi $< 0,05$. Oleh karena itu, seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

1.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu mengukur konsistensi instrumen penelitian, dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's alpha. Nilai α di atas 0,60 menunjukkan reliabilitas yang baik. Hasil perhitungan menggunakan SPSS 27.0 disajikan pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Batas Penerimaan	Item	Keterangan
0,863	0,60	20	Reliabel

Berdasarkan Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's alpha* sebesar $0,863 > 0,60$ atau $86,3\% > 60\%$ lebih besar dari nilai kritis reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan yang terdapat pada kuesioner penelitian yang diberikan dan dijawab oleh responden dikatakan reliabel.

3.3 Hasil Analisis

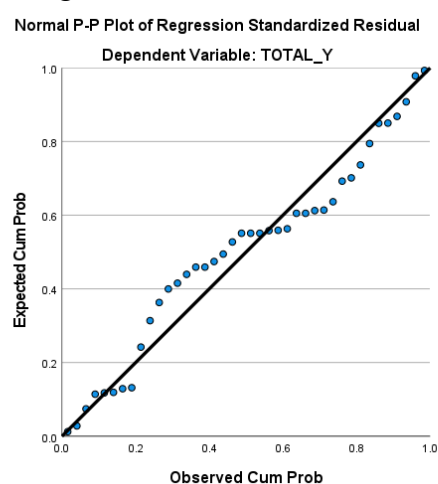
3.3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya gejala normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas pada model regresi. Berikut beberapa uji asumsi klasik antara lain:

1. Uji Normalitas

a. Uji P-Plot

Uji normalitas residual menggunakan P-P Plot. Distribusi residual dikatakan normal jika titik-titik data menyebar mengikuti garis diagonal. Berikut hasil dari uji P-Plot dapat dilihat pada gambar 4.1



Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik data untuk variabel X1, X2, dan Y menyebar di sekitar garis diagonal, mengindikasikan distribusi data yang normal dan pemenuhan asumsi normalitas model regresi.

b. Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*

Data dinyatakan berdistribusi normal berdasarkan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05. Hasil uji ini dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Hasil Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.53677498
Most Extreme Differences	Absolute		.112
	Positive		.108
	Negative		-.121
Test Statistic			.121
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.144
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^c	Sig.		.144
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.135
		Upper Bound	.153
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.			

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai signifikansi (*Asymp sig 2-tailed*) adalah sebesar 0,144 dimana nilai signifikansi tersebut > 0,05 maka data dapat dikatakan terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Kriteria yang digunakan adalah VIF < 10 dan/atau Tolerance > 0,1. Hasil uji multikolinieritas disajikan pada Tabel 4.5.

3. Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
	1(Constant)	4.011	2.694		1.489	.145	
TOTAL_X1	.421	.121	.450	3.489	.001	.739	1.352
TOTAL_X2	.128	.114	.148	1.119	.271	.701	1.428

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas karena nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10 untuk semua variabel bebas. Variabel bebas tidak berkorelasi satu sama lain dalam memengaruhi variabel terikat.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah varians residual konstan (homoskedastisitas) atau tidak (heteroskedastisitas) pada model regresi. Ketidadaan heteroskedastisitas ditunjukkan oleh nilai signifikansi > 0,05. Hasil uji ditampilkan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
	1(Constant)	1.248	1.797		.695	.492	
TOTAL_X1	.093	.080	.218	1.151	.258	.739	1.352
TOTAL_X2	-.029	.076	-.074	-.380	.706	.701	1.428

a. Dependent Variable: Abs

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa pada variabel X1 (kualitas produk), X2 (harga) memiliki nilai signifikansi > 0,05 (5%) sehingga data tersebut dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas, yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2), terhadap variabel terikat, yaitu keputusan pembelian (Y). Hasil analisis disajikan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
	1(Constant)	4.011	2.694		1.489	.145	
TOTAL_X1	.421	.121	.450	3.489	.007	.739	1.352
TOTAL_X2	.128	.114	.148	1.119	.271	.701	1.428

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.7 diatas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,011 + 0,421X1 + 0,128X2 + e$$



Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai Konstanta

Nilai konstanta sebesar 4,011 bernilai positif, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) tidak ada atau sama dengan nol maka nilai variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) adalah 4,011 satuan.

2. Nilai koefisien variabel kualitas produk (X1)

Koefisien kualitas produk (X1) sebesar 0,421 menunjukkan pengaruh positif yaitu peningkatan satu satuan X1 meningkatkan Y sebesar 0,421 satuan. Terdapat hubungan positif antara X1 dan Y.

3. Nilai koefisien variabel harga (X2)

Koefisien harga (X2) sebesar 0,128 menunjukkan pengaruh positif yang kecil. Meskipun secara statistik positif, perlu diinterpretasi lebih hati-hati karena peningkatan harga (X2) yang kecil hanya sedikit meningkatkan keputusan pembelian (Y).

3.3.3 Koefisien Dterminasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengukur proporsi varians variabel terikat, keputusan pembelian (Y), yang dijelaskan oleh variabel bebas, kualitas produk (X1) dan harga (X2). Nilai *Adjusted R²* dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Koefisien Dterminasi (*Adjusted R²*)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	.558	.521	1.600

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1
b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan *Adjusted R²* sebesar 0,521 (52,1%). Ini berarti kualitas produk (X1) dan harga (X2) menjelaskan 52,1% variasi keputusan pembelian (Y) dan sisanya (47,9%) dipengaruhi faktor lain.

3.3.4 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), secara serempak terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut.

Tabel 4.10 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	116.295	3	38.765	15.151	<.001 ^b
Residual	92.105	36	2.558		
Total	208.400	39			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y
b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diperoleh nilai F hitung sebesar 15,151 artinya lebih besar dari F tabel (2,87) dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ (5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1), harga (X2) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) pada produk tempe di PT Mubarak Dua Kencana.

3.3.5 Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh individual (parsial) dari masing-masing variabel bebas, kualitas produk (X1) dan harga (X2), terhadap variabel terikat, keputusan pembelian (Y). Hasil uji t disajikan pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	4.011	2.694		1.489	.145		
TOTAL_X1	.421	.121	.450	3.489	.001	.739	1.352
TOTAL_X2	.128	.114	.148	1.119	.271	.701	1.428

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.11 diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (X1) menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,001. Hal ini berarti nilai signifikansi $< 0,05$. Nilai t hitung sebesar $3,489 \geq t$ tabel (2,028). Dapat



disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel keputusan pembelian (Y).

2. Variabel harga (X2) menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,271. Hal ini berarti nilai signifikansi $> 0,05$. Nilai t hitung sebesar $1,119 \leq t$ tabel (2,028). Dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X2) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel keputusan pembelian (Y).

3.4 Pembahasan

3.4.1 Variabel Independen Yang Berpengaruh Secara Serempak Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis regresi menunjukkan pengaruh simultan yang signifikan dari variabel kualitas produk (X1), harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT Mubarak Dua Kencana (F hitung = 15,151 dan signifikansi = 0,001). Hasil ini mendukung hipotesis penelitian dan menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama berkontribusi terhadap keputusan pembelian.

3.4.2 Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X1) Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis regresi menunjukkan pengaruh signifikan dan positif dari variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada produk tempe pada PT Mubarak Dua Kencana (t hitung = 3,489 dan signifikansi = 0,001). Nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut secara statistik signifikan. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian dan konsisten dengan persepsi responden mengenai pentingnya kualitas produk dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

3.4.3 Pengaruh Variabel Harga (X2) Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis regresi menunjukkan bahwa variabel harga (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada produk tempe di PT Mubarak Dua Kencana (t hitung = 1.119 dan signifikansi = 0.271). Nilai signifikansi yang

lebih besar dari 0.05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut secara statistik tidak signifikan. Hipotesis penelitian, yang menyatakan adanya pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian, ditolak.

3.4.4 Variabel Independen (X) yang Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Uji t menunjukkan pengaruh parsial yang signifikan dari kualitas produk (X1) (t hitung = 3.489, signifikansi = 0.001) tetapi tidak signifikan dari harga (X2) (t hitung = 1.119, signifikansi = 0.271) terhadap keputusan pembelian (Y). Koefisien regresi unstandardized menunjukkan kontribusi yang jauh lebih besar dari kualitas produk (42.1%) dibandingkan harga (12.8%). Hipotesis yang menyatakan pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian ditolak.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT Mubarak Dua Kencana Kabupaten Jember” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian secara serempak atau uji F variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) produk tempe di PT Mubarak Dua Kencana Kabupaten Jember
2. Berdasarkan pengujian secara individu (parsial) atau uji t didapatkan hasil sebagai berikut:
 - a. Berdasarkan pengujian secara individu (parsial) atau uji t, variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk tempe di PT Mubarak dua Kencana Kabupaten Jember.
 - b. Berdasarkan pengujian secara individu (parsial) atau uji t, variabel harga (X2) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk tempe di PT Mubarak dua Kencana Kabupaten Jember.



3. Variabel bebas yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian (Y) yaitu kualitas produk (X1)

5. Ucapan Terima Kasih

Dengan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dalam proses pengerjaan jurnal ini.
2. Orang tua yang selalu mendoakan dan memberi semangat serta motivasi
3. Ibu Wenny Dhamayanthi, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang memberi arahan serta masukan dalam proses pengerjaan hingga selesai jurnal ini.
4. Bapak Prof. Dr. Ir Nanang Dwi Wahyono, M.M dan Ibu Naning Retnowati, S. TP, MP selaku dosen penguji yang telah memberikan saran serta masukan dalam pengerjaan jurnal ini.
5. Staf Prodi Manajemen Agroindustri yang telah membantu penulis menyelesaikan jurnal ini.

6. Daftar Pustaka

- [1] P. Kotler, A. Maulana, B. Sabran, D. Barnadi, W. Hardani, and G. Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, vol. 1. Erlangga Jakarta, 2008.
- [2] T. Chandra, S. Chandra, and L. Hafni, "Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis," *CV IRDH*, 2020.
- [3] M. Anang Firmansyah, "Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)," *Sleman Penerbit Deep.*, 2018.
- [4] I. Meithiana, "Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan." Unitomo Press, 2019.
- [5] A. Firmansyah, "Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama, penerbit Qiara Media," *Jawa timur*, 2019.
- [6] P. Kotler and K. L. Keller, "Intisari manajemen pemasaran," *Yogyakarta Andi*, 2021.
- [7] P. D. Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd," *Alf. cv*, 2019.
- [8] R. A. Purnomo, *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*. CV. Wade Group bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press, 2016.
- [9] N. Asnawi and M. Masyhuri, "Metodologi riset manajemen pemasaran: disertai dengan contoh hasil penelitian." UIN-Maliki Press, 2011.
- [10] S. H. Sahir, *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia, 2021.

