

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER SENSI DUCKBILL

Nonik

noniksabrina@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions at PT. Arista Latindo which produces Sensi Masks with the Duckbill series. The research method uses quantitative primary data with the test stages carried out are instrument testing, classical assumption testing, regression, coefficient of determination and hypothesis testing. The results of this study have a significant effect on the variables Price (X1) and product quality (x2) on purchasing decisions with Price (X1) obtaining a value of 2.642 with a significant value of 0.010 and product quality (X2) obtaining 5.376 with a significant value of 0.000 which means that Price (X1) and Product Quality (X2) together have a significant influence on purchasing decisions for Sensi Duckbill Mask products because the calculated f value is $33.550 > f$ table 3.09 and the significance value is $0.000 < 0.05$.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decisions

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT . Arista Latindo yang memproduksi Masker Sensi dengan seri Duckbill. Metode penelitian menggunakan data primer kuantitatif dengan tahap uji yang dilakukan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil Penelitian ini berpengaruh signifikan variabel Harga (X1) dan kualitas produk (x2) terhadap keputusan pembelian dengan Harga(X1) memperoleh nilai 2,642 dengan nilai signifikan 0,010 dan kualitas produk(X2) memperoleh 5,376 dengan nilai signifikan 0,000 yang artinya Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Masker Sensi Duckbill karena diperoleh nilai f hitung $33,550 > f$ tabel 3,09 dan nilai signifikansi adalah sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Kasus yang saat ini sedang terjadi di berbagai Negara yaitu kasus Covid-19. Pemerintah menyatakan bahwa virus ini berbahaya serta dapat merusak alat pernafasan salah satunya paru-paru. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi dampak penyebaran Covid-19 yaitu penggunaan masker. Oleh sebab itu penggunaan masker sangat membantu untuk melindungi masyarakat serta berperan penting terhadap orang yang sedang sakit untuk mencegah penyebaran virus kepada orang lain serta dapat membantu melindungi masyarakat dari polusi udara dan debu. Dengan demikian banyak produsen Masker yang muncul dan berkembang, hal tersebut menuntut sensi memberikan kualitas produk yang lebih baik, Kualitas produk masker sangatlah penting terlebih di masa pandemi virus Covid-19 agar dapat menghindari penularan virus dari satu individu ke individu lainnya.

Kelangkaan masker Sensi di pasaran diakibatkan oleh meningkatnya permintaan terhadap masker Sensi yang digunakan untuk mencegah penyebaran virus Covid-19 saat beraktivitas. Kenaikan harga masker Sensi juga disebabkan oleh adanya penimbunan masker yang dilakukan pihak tertentu untuk dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi. Sehingga dari kenaikan harga yang dirasa tidak wajar tersebut masyarakat merasa bahwa harga yang ditawarkan untuk masker Sensi relatif mahal dan tidak lagi sesuai dengan manfaat atau kegunaan masker Sensi.

Dengan hal tersebut, para perusahaan alat kesehatan salah satunya masker kian berlomba-lomba untuk membuat produk masker sesuai kebutuhan masyarakat. Salah- satunya PT . Arista Latindo yang memproduksi Masker Sensi dengan seri Duckbill memiliki bahan yang cukup tipis dibanding masker yang se-tipe dengan sensi tersebut, tetapi banyak sekali penggunaannya karena model masker yang menarik perhatian.

Masker Sensi dengan seri tersebut mengalami masa dimana permintaan yang tinggi karena memiliki model

yang terkesan lucu dan simple. Sehingga beberapa distributor yang sengaja menaikkan harga jauh dari harga normal masker masker pada umumnya karena permintaanya kian melonjak pada saat itu.

Tabel 1. Top Brand Award Masker Mulut

Merek	TBI			
	2019	2020	2021	2022
SENSI MASK	25,8%	35,6%	46,9%	52,4%
INDOMARET	25,9%	18,5%	17,1%	19,5%
NEXCARE	13,3%	15,4%	13,4%	13,1%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Berdasarkan data tabel TBA dari tahun 2019-2022 dapat dilihat produk Masker sensi menempati posisi pertama dalam kategori masker mulut. Perusahaan pada umumnya memiliki tantangan untuk membuat produk yang di hasilkan memiliki kualitas yang baik serta memberikan efek daya tarik beli masyarakat, disini tugasnya perusahaan untuk meningkatkan kreatifitas supaya dalam produk yang dihasilkan dapat menjadi target pembelian di masyarakat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan dalam perusahaan yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat melalui suatu produk yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi konsumen. Selain itu pemasaran ditunjukan untuk men ingkatkan keuntungasn bagi perusahaan. Dalam melakukan pemasaran, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang di pasarkan. Biasanya mereka juga melibatkan selebriti, selebgram atau siapapun yang memiliki kepopuleran untuk mendongkrak produk tersebut. Tak hanya itu, dalam pemasaran, bagian yang memiliki tugas ini akan membuat kemasan atau desain menarik pada iklan sehingga akan banyak orang yang tertarik.

Swastha & Irawan, (2008:5) Menurut mereka pemasaran yakni salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha yang mana dalam usahanya itu untuk mempertahankan kehidupannya, untuk berkembang dan juga mendapatkan untung yang besar.

2.2 Harga

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mepengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. Agusty Ferdinand (2006)

2.3 Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012:49) kualitas adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

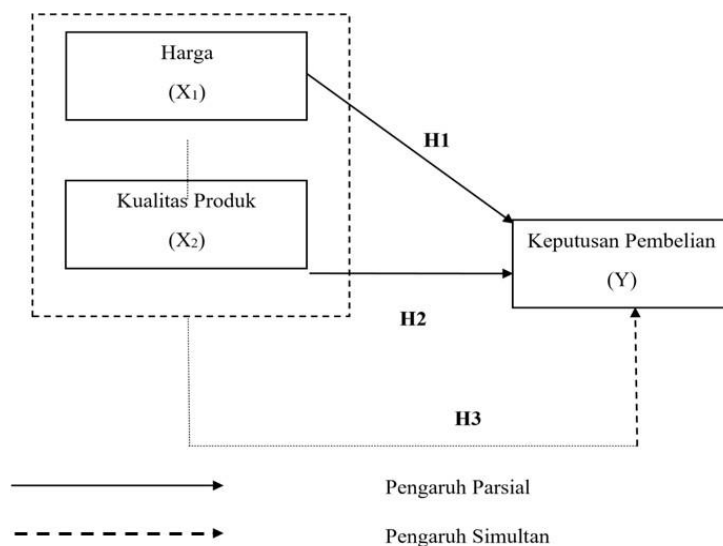
2.4 Keputusan Pembelian

Schifman dan Kanuk (2009), keputusan pembelian yaitu pemiihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang bisa membuat keputusan pembelian, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Sedangkan menurut (Kotler,2005), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk

Dari seluruh definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk membeli atau tidak membeli suatu barang atau jasa berdasarkan pada evaluasi dan pengetahuannya.

2.5 Model Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dibuat kerangka pemikiran teoritis diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Metode Penelitian


2.6 Hipotesis Penelitian

Dalam hal ini, peneliti menerapkan hipotesis berdasarkan variabel-variabel tersebut dan di landasi oleh tujuan penelitian, yaitu:

H_1 = Harga Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Duckbill Di Daerah Karang Satria, Bekasi Timur. H_2 = Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Duckbill Di Daerah Karang Satria, Bekasi Timur.

H_3 = Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Duckbill Di Daerah Karang Satria, Bekasi Timur.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif skala Likert, dengan pendekatan Analisa Korelasi Berganda dan Regresi Linear Berganda untuk mengukur hubungan antar variabel. Populasi Dalam penelitian ini populasinya adalah 100 orang yang telah membeli masker sensif Duckbill. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen yang telah membeli masker sensif Duckbill. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini data yang akan dikumpulkan berupa data primer kuantitatif, maka peneliti akan menggunakan alat pengumpulan data berupa Kuesioner, Observasi, Studi dokumen. Analisis Data yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

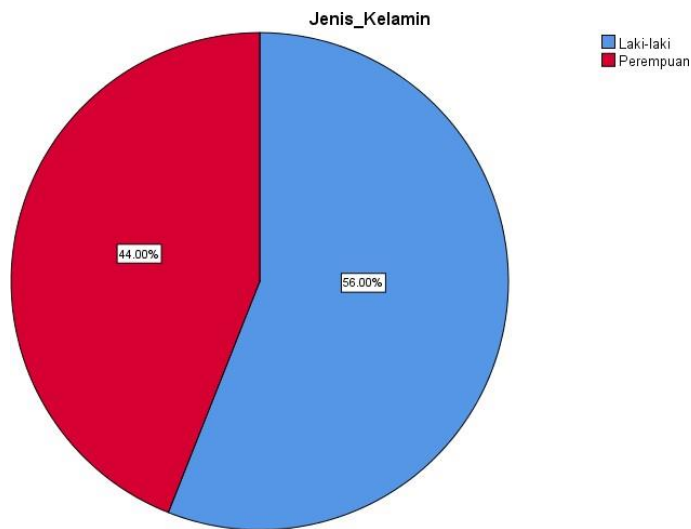
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hasil pengolahan data kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden yang memenuhi syarat sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden terhadap beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Sensif Duckbill.

Karakteristik responden yang diteliti adalah meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan perbulan. Deskripsi karakteristik responden dibawah ini di sajikan dalam bentuk diagram pie di bawah ini.

1. Identitas Responden berdasarkan jenis kelamin

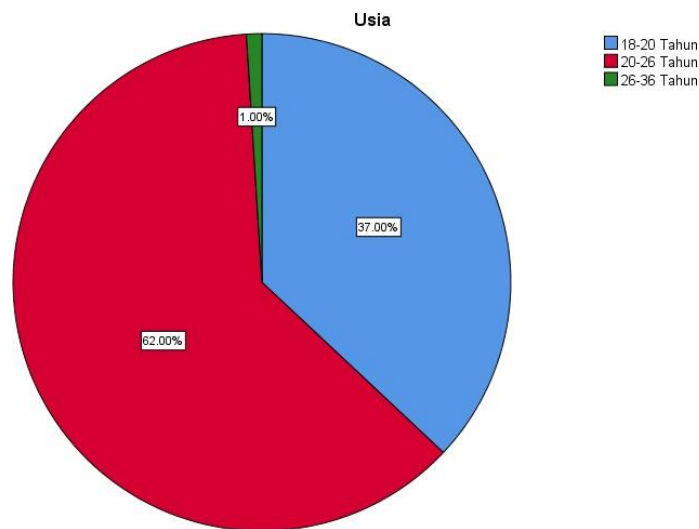


Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Gambar 2. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan gambar 2 diketahui bahwa dari 100 responden sebanyak 44% berjenis kelamin laki-laki dan 56% berjenis kelamin perempuan yang menggunakan produk Masker Sensi Duckbill.

2. Identitas Responden berdasarkan usia

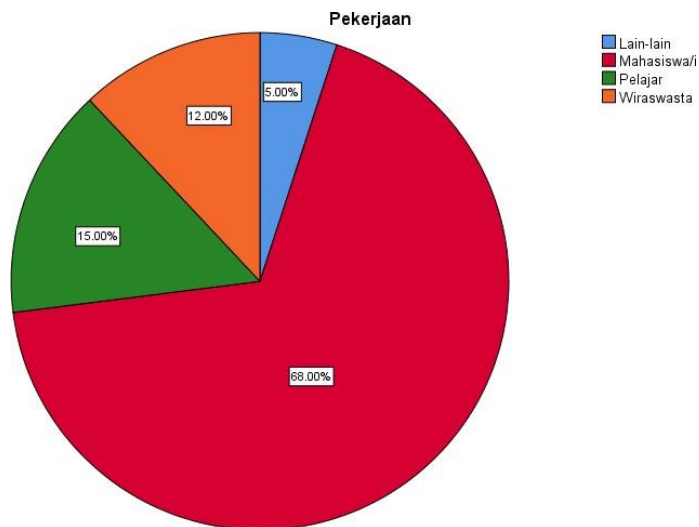


Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Gambar 3. Usia Responden

Berdasarkan gambar 3 diketahui bahwa dari 100 rsponden sebanyak 37% responden berusia 18-20 tahun, sebanyak 62% responden berusia 20-26 tahun dan sebanyak 1% untuk responden yang berusia 26-36 tahun

3. Identitas Responden berdasarkan pekerjaan

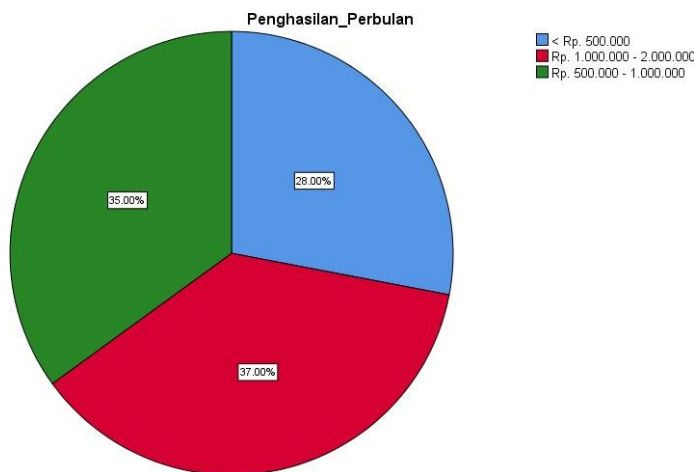


Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Gambar 4. Pekerjaan Responden

Berdasarkan gambar 4. diketahui bahwa dari 100 responden sebanyak 68% responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa, 5% responden dengan pekerjaan dengan pekerjaan sebagai lain-lain, 12% responden dengan pekerjaan dengan pekerjaan sebagai wiraswasta, 15% responden dengan pekerjaan sebagai pelajar.

4. Identitas Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan



Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Gambar 5. Penghasilan Perbulan Responden

Berdasarkan gambar 5 diketahui bahwa dari 100 responden sebanyak 28% responden memiliki pendapatan sebesar kurang dari Rp.500.000, 37% responden memiliki pendapatan sebesar Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000, 35% responden memiliki pendapatan sebesar Rp. 500.000 sampai Rp 1.000.000.

Kualitas Produk (X2)							
1	Apakah daya tahan dari Masker Sensi Duckbill dapat bertahan lama	1	1	34	48	16	48% Setuju
	Nilai Interval	1	2	102	192	80	377
2	Apakah kemasan produk Masker Sensi Duckbill berpengaruh terhadap kualitas produk	0	0	29	49	22	49% Setuju
	Nilai Interval	0	0	87	196	110	393
3	Apakah Masker Sensi Duckbill memenuhi kriteria yang baik untuk kesehatan	0	1	35	40	24	60% Sangat Setuju
	Nilai Interval	0	2	105	160	120	387
4	Apakah kualitas Masker Sensi Duckbill lebih unggul dibanding masker lain	0	2	38	44	16	44% Setuju
	Nilai Interval	0	4	114	176	80	374

Analisis Tabel 4. Pernyataan Kualitas Produk (X1)

X2 (1): Pada tabel pernyataan Harga produk Masker Sensi Duckbill dinyatakan cukup terjangkau dengan menunjukkan nilai sebesar 377, dimana angka tersebut termasuk dalam nilai interval 341-420

X2 (2): Pada tabel pernyataan Harga produk Masker Sensi Duckbill dinyatakan cukup terjangkau dengan menunjukkan nilai sebesar 393, dimana angka tersebut termasuk dalam nilai interval 341-420

X2 (3): Pada tabel pernyataan Harga produk Masker Sensi Duckbill dinyatakan cukup terjangkau dengan menunjukkan nilai sebesar 387, dimana angka tersebut termasuk dalam nilai interval 341-420

X2 (4): Pada tabel pernyataan Harga produk Masker Sensi Duckbill dinyatakan cukup terjangkau dengan menunjukkan nilai sebesar 374, dimana angka tersebut termasuk dalam nilai interval 341-420

Tabel 5. Distribusi Persepsi Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Skala dalam persen %					Keterangan Terbesar %
		STS	TS	N	S	SS	
Keputusan Pembelian (Y)							
1	Saya memutuskan untuk membeli produk Masker Sensi Duckbill sesuai dengan kebutuhan saya	0	0	18	36	46	46% Setuju
	Nilai Interval	0	0	54	144	230	428
2	Saya memutuskan untuk membeli Masker Sensi Duckbill karena model yang unik	0	3	18	50	29	60% Sangat Setuju
	Nilai Interval	0	6	54	200	145	405
3	Saya memutuskan untuk menggunakan Masker Sensi Duckbill dan tidak beralih ke masker lain	2	5	35	42	16	42% Setuju
	Nilai Interval	2	10	105	168	80	365
4	Saya memutuskan membeli Masker Sensi Duckbill karena manfaat yang di berikan berbeda dengan masker lain	1	8	36	37	18	37% Setuju
	Nilai Interval	1	16	108	148	90	363

Sumber: Hasil perhitungan interval berdasarkan kuesioner, 2021 Analisis Tabel 5. Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

Y1 : Pada tabel pernyataan Saya membeli Masker Sensi Duckbill karena kebutuhan dengan menunjukkan nilai sebesar 428 , yang termasuk dalam nilai interval 341 – 420 dengan kategori setuju.

Y2.2 : Pada tabel pernyataan Saya mencari tahu terlebih dahulu tentang kosmetik Masker Sensi Duckbill sebelum saya membeli dengan menunjukkan nilai sebesar 405, yang termasuk dalam nilai interval 421 - 500 dengan kategori sangat setuju. Y2.3 : Pada tabel pernyataan Saya membeli Masker Sensi Duckbill karena keinginan dengan menunjukkan nilai sebesar 365, yang termasuk dalam nilai interval 341 – 420 dengan kategori setuju.

Y2.4 : Pada tabel pernyataan, Saya membeli Masker Sensi Duckbill karena keinginan dengan menunjukkan nilai sebesar 363, yang termasuk dalam nilai interval 341 – 420 dengan kategori setuju.

4.2 Analisis Data Kuantitatif

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel..

Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan alat ukur berupa bantuan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Untuk melihat valid atau tidaknya pernyataan dengan signifikansi (α) yang digunakan adalah 5%. Pada r tabel diketahui $df = (N-2)$, N adalah jumlah responden. Jumlah nilai $N = 100$, maka $df = (N-2) = (100-2) = 98$, dengan nilai signifikan 0,05 maka didapat nilai r tabel sebesar 0,1966. Suatu data dikatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS versi 25, dibawah ini berikut tabel validitas instrument:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Harga (X1)

NO	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel (Taraf Sig 5%)	Keterangan
1	X1.1	0,785	0,1966	VALID
2	X1.2	0,760		
3	X1.3	0,790		
4	X1.4	0,800		

Sumber: Kuesioner yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 6., dapat diketahui bahwa 4 butir instrument variabel Harga (X1) dapat dinyatakan valid secara signifikan, karena $r\text{ hitung} > r\text{ tabel}$, sehingga semua pernyataan tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

NO	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel (Taraf Sig 5%)	Keterangan
1	X2.1	0,693	0,1966	VALID
2	X2.2	0,741		
3	X2.3	0,794		
4	X2.4	0,842		

Sumber: Kuesioner yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 7., dapat diketahui bahwa 4 butir instrument variabel Kualitas Produk (X2) dapat dinyatakan valid secara signifikan, karena $r\text{ hitung} > r\text{ tabel}$, sehingga semua pernyataan tersebut dapat digunakan untuk penelitian. Hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y) yang menggunakan program SPSS ver 25.0 berikut dibawah ini:

Tabel 8. Hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y)

NO	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel (Taraf Sig 5%)	Keterangan
----	-----------------	---------	-----------------------	------------

1	Y.1	0,519	0,1966	VALID
2	Y.2	0,768		
3	Y1.3	0,799		
4	Y1.4	0,777		

Sumber: Kuesioner yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 8., dapat diketahui bahwa 4 butir instrument variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat dinyatakan valid secara signifikan, karena r hitung $>$ r tabel, sehingga semua pernyataan tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Hasil penelitian realibel terjadi apabila terdapat keamanan data dalam waktu yang berbeda. *Instrument* yang realibel adalah instrument yang bila di gunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. . Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60 (Ghozali,2005)

Tabel 9. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Taraf Sig. Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,790	0,60	RELIABEL
Kualitas Produk (X2)	0,767	0,60	RELIABEL
Keputusan Pembelian (Y)	0,690	0,60	RELIABEL

Sumber: Kuesioner yang diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 9, nilai *Cronbach's Alpha* variabel Harga sebesar 0,790, variabel Kualitas Produk sebesar 0,767, dan variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,690. Dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji uji normalitas residual data penelitian adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Data tersebut normal atau tidak diuraikan dengan penjelasan dibawah ini:

Jika data menyebar disekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. 2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi syarat asumsi normalitas. Ada dua cara yang dapat digunakan untuk menguji Uji Normalitas KolmogorovSmirnov yaitu dengan menggunakan analisis statistik dan analisis grafik.

1. Analisis Statistik

**Tabel 1.1 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84085350
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.051
	Negative	-.084

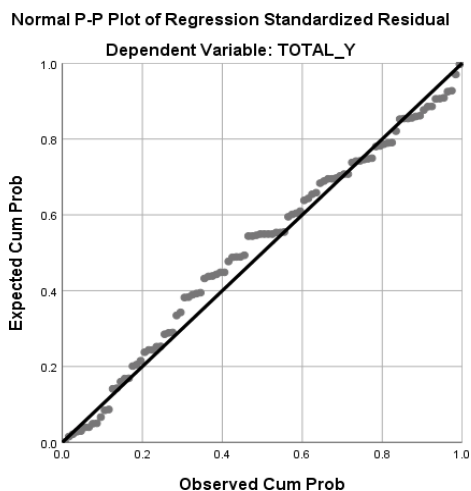
Test Statistic	.084
Asymp. Sig. (2-tailed)	.076 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa data yang telah diuji berdistribusi normal.

2. Analisis Grafik



Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Gambar 6. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 6 diatas, dapat simpulkan bahwa terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan saling berdekatan, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, sehingga gambar tersebut dapat dikatakan terdistribusi normal dan model regresi yang diajukan digunakan untuk melakukan penelitian terhadap faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi antar variabel independen, karena dapat mengganggu variabel dependennya. Uji Multikolinearitas diukur dengan menggunakan VIF (Variance Inflation Factor).

Jika nilai VIF < 10 , maka gejala multikolinearitas tidak terjadi. Jika nilai VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas

Tabel 1.2 Uji Multikolinearitas

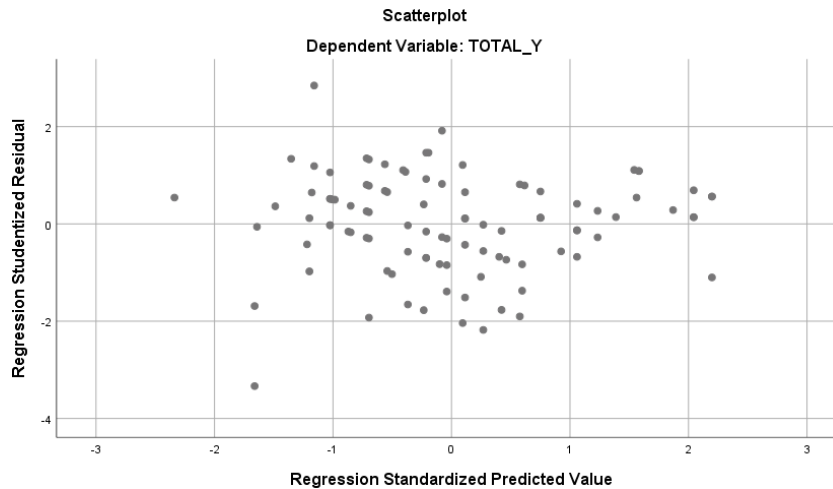
Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	4.212	1.427		2.952	.004		
	TOTAL_X1	.236	.089	.239	2.642	.010	.748	1.338
	TOTAL_X2	.503	.093	.485	5.376	.000	.748	1.338

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan tabel 1.2 diatas bisa dilihat bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas, yaitu Harga, Kualitas Produk karena nilai tolerance > 10 dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) < 10.

4.3.3 Uji Heteroskedasitas

Menurut Ghozali (2012:139) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homoskedastisitas dan jika tidak berbeda disebut heteroskedastisitas.



Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Gambar 7 Uji Heteroskedasitas

Dari gambar 7 diatas dapat terlihat dimana titik-titik yang menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu dengan jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Pada analisis regresi linear berganda ini peneliti menggunakan bantuan SPSS.25 untuk mengolah data.

Tabel 1.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4,212	1,427		2,952	,004
HARGA	,236	,089	,239	2,642	,010
KUALITAS PRODUK	,503	,093	,485	5,376	,000

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 1.3 hasil regresi linear berganda diatas, maka dapat disimpulkan persamaan regresi berganda untuk variabel Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yaitu:

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

$$Y = 4,212 + 0,236X_1 + 0,503X_2$$

Keterangan :

Keputusan Pembelian

: Y

Konstanta	: 4,212
Koefisien Regresi Harga	: 0,236
Koefisien Regresi Kualitas Produk : 0,503 Harga	: X1
Kualitas Produk	: X2

Dari persamaan di atas, dapat diketahui bahwa:

- Konstanta sebesar 4,212 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), maka tingkat keputusan pembelian dalam membeli produk Masker Sensi Duckbill adalah sebesar 4,212.
- Nilai koefisien regresi Harga (X1) sebesar 0,236 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa apabila Harga meningkat 1 satuan, maka keputusan pembelian terhadap produk Masker Sensi Duckbill akan meningkat sebesar 0,236 dengan asumsi variabel Harga 0 atau tetap. Artinya apabila konsumen semakin baik Harga dalam mengatasi keterjangkauan harga, harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk lain, sesuai dengan kualitas yang didapatkan dan sesuai dengan manfaat yang diberikan maka dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk Masker Sensi Duckbill.
- Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X2) sebesar 0,503 yang bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kualitas produk meningkat 1 satuan, maka keputusan pembelian terhadap produk Masker Sensi Duckbill akan meningkat sebesar 0,503 dengan asumsi variabel kualitas produk 0 atau tetap. Artinya, apabila konsumen semakin baik kualitas produk dapat digunakan serta, memenuhi kriteria yang baik untuk kesehatan, dan unggul di dibandingkan masker lainnya maka dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk Masker Sensi Duckbill.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji T Parsial (Uji T)

Uji parsial dengan t-test, pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (harga dan kualitas produk) terhadap (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial.

Tabel 1.4 Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	4,212	1,427		2,952	,004
HARGA	,236	,089	,239	2,642	,010
KUALITAS PRODUK	,503	,093	,485	5,376	,000

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel.

1. Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_1 di tolak Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima Dengan tingkat signifikansi 97% ($\alpha = 5\%$) dengan nilai df.

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

Apabila angka probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 di terima dan H_1 ditolak.

Apabila angka probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Besarnya pengaruh masing – masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dapat dilihat dengan cara berikut:

- Nilai Sig. $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y . Maka H_0 diteima dan H_1 ditolak.
- Nilai Sig. $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, dapat diketahui variabel Harga, dan variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Anallisisnya berikut ini:

- Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian Variabel Harga memiliki nilai t

hitung sebesar 2,642 sementara nilai pada tabel distribusi t 5% sebesar 1,984. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dengan nilai signifikan sebesar ($0,025 < 0,05$) ini menandakan secara parsial dan positif bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik harga maka semakin meningkat pula keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terhadap produk Masker Sensi Duckbill.

b. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Kualitas Produk memiliki nilai t hitung sebesar 5,376 sementara nilai pada tabel distribusi t 5% sebesar 1,984. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dengan nilai signifikan sebesar ($0,025 < 0,05$) ini menandakan secara parsial dan positif bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin tinggi kualitas produk yang diberikan maka semakin meningkat pula keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terhadap produk Masker Sensi Duckbill.

4.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel- variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut .

Tabel 1.5 Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	232.075	2	116.037	33.550	.000 ^b
	Residual	335.485	97	3.459		
	Total	567.560	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dengan cara berikut ini:

H_0 : Harga dan Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_1 : Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan Pengambilan Keputusannya adalah :

Apabila angka probabilitas Signifikan $> 0,05$, maka H_0 di terima dan H_1 ditolak.

Apabila angka probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_1 diterima

Apabila angka probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_1 diterima

a. Nilai sign. $< 0,05$ atau f hitung $> f$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

b. Nilai sign. $> 0,05$ atau f hitung $< f$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Pada tabel f diketahui:

$Df(1) = k - 1$. Dimana k adalah banyaknya variabel bebas, dan $Df(2) = n - k$. Dimana n adalah banyaknya kuesioner yaitu 100 **Maka:**

$df(1) = 2 - 1 = 1$ dan

$df(2) = 100 - 2 = 98$

Hasil yang diperoleh untuk f tabel $df(1)$ sebesar 2 dan $df(2)$ sebesar 98 adalah 3,09.

Berdasarkan tabel 1.5 diatas, diketahui bahwa nilai signifikan Harga, Kualitas Produk yang artinya memiliki model regresi yang baik terhadap keputusan pembelian adalah sebesar $0,000 < 0,005$ dan f hitung $33,550 > f$ tabel 3,09 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh Harga, Kuliatas Produk secara simultan terhadap keputusan pembelian Produk Masker Sensi Duckbill

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Tabel 1.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,639 ^a	,409	,397	1,860

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variabel: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah, 2021

Hasil yang ditunjukkan pada tabel 1.6 diatas diketahui nilai R^2 sebesar 0,397 hal ini berarti bahwa pengaruh kepada variabel Harga dan Kualitas Produk secara simultan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 39,7%. Sedangkan sisanya yaitu 60,3% dapat dijelaskan pada variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini seperti iklan dll.

4.6 Hasil Dan Pembahasan

4.6.1 Hasil Uji Signifikan Secara Parsial

1. Harga

Untuk variabel harga diperoleh nilai 2,642 dengan nilai signifikan sebesar 0,010. Artinya nilai t menunjukkan positif bahwa variabel X1 mempunyai pengaruh terhadap Y dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat dikatakan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Masker Sensi Duckbill dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima.

2. Kualitas Produk

Untuk variabel kualitas produk diperoleh nilai 5,376 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Artinya nilai t menunjukkan positif bahwa variabel X1 mempunyai pengaruh terhadap Y dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat dikatakan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Masker Sensi Duckbill dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima.

4.6.2 Hasil Uji Signifikan Secara Simultan

Harga (X1), Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Masker Sensi Duckbill karena diperoleh nilai f hitung 33,550 > f tabel 3,09 dan nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat kita simpulkan bahwa hipotesis keempat dalam penelitian ini dapat diterima.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Duckbill

1. Variabel Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Masker Sensi Duckbill
2. Variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
3. Berdasarkan hasil uji F variabel Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Masker Duckbil.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan Keputusan Pembelian produk Masker Sensi Duckbill. Adapun saran-saran yang diberikan bagi Masker Sensi Duckbill adalah sebagai berikut

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berharap untuk PT. Arista Latindo memproduksi produk terbaik dan selalu mempertahankan kualitas yang ada pada saat ini

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan acuan dan dapat menambahkan variabel variabel yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti citra merk dll.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anastatia, Nur . 2013. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Bungseng Sumedang Pada CV. BUNGENG JAYA. *Penelitian Ilmiah* Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma.
- [2] Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- [3] Buchari, Alma. 2011. *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”*. Bandung:Alfabeta
- [4] Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi Kedua, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. - (Ferdinand, Augusty. , 2006)
- [5] Ghozali, Imam, 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM, SPSS 19, Semarang, Universitas Diponegoro
- [6] Kotler, Amstrong .2013. (Buku Ajar *Manajemen Pemasaran* : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran , p. 2020;75) Melong Asih Regency B40 – Cijerah Kota Bandung – Jawa Barat : CV. Media Sains Indonesia
- [7] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- [8] Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- [9] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- [10] Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia (Kotler, 2005)
- [11] Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks (Kotler, 2005)
- [12] Margono, 2004, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta :Rineka Cipta
- [13] Purnama, Pradana Jaka. 2011. Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Murah di Sukoharjo). *Jurnal Riset Manajemen Indonesia – Volume 2*, No.1, Januari 2020
- [14] Rais Rinaldi Rinal, 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merk Specs. *Penelitian Ilmiah* Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma
- [15] Schiffman dan Kanuk. 2009. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7 . Jakarta: Indeks Sudaryono, 2006. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- [16] Tjiptono, Fandy . 2008. *“Strategi Bisnis Pemasaran”*. Yogyakarta: Andi.68 Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.