

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRIMEBATIQ**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
FANNY CHRISTIANTY
171010077**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2021**

Judul : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRIMEBATIQ

Nama : Fanny Christianty

NIM : 171010077

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

Pembimbing II,



Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN : 0115088601

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRIMEBATIQ
Nama : Fanny Christianty
NIM : 171010077
Jurusan : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 08 Juli 2021
Dewan Penguji

Penguji I : Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
NIDN : 0127117801

Penguji II : Bambang Sutejo, S.E., M.M.
NIDN : 0104127801

() 08-08-21
() 08-07-2021

STIE Eka Prasetya,
Ketua

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Fanny Christianty
NIM	171010077
Judul Skripsi	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Primebatik
Pembimbing Skripsi yang diusulkan :	
Pembimbing – I	Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Pembimbing – II	Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 09 Juni 2021



Fanny Christianty
171010077

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRIMEBATIQ”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Fransiska Karolina Tampubolon, M.Pd.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Habidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
7. Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.

8. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
9. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua saya yang tercinta, saudara-saudari saya serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moral, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 08 Juli 2021
Penulis



Fanny Christianty
171010077

ABSTRAK

Fanny Christianty, 171010077, 2021, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Primebatiq, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq, mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq, mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pengguna Primabatiq yang melakukan pembelian selama periode 2020 sebanyak 1.374 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 93 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 43,846 - 0,453 Harga + 0,257 Kualitas Produk + e**.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} -4,873 < -t_{tabel} -1,661$. Hasil analisis menunjukkan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 2,258 > t_{tabel} 1,661$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar $F_{hitung} 26,832 > F_{tabel} 2,36$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R square (R^2) = 0,374 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Kualitas Produk sebesar 37,4% sedangkan sisanya 62,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti pelayanan, iklan, potongan harga, kepuasan, loyalitas, perilaku, persepsi konsumen dan variabel lainnya.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Fanny Christianty, 171010077, 2021, Effect of Price and Product Quality on Purchase Decisions at Primebatiq, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Sc., Advisor II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of price on purchasing decisions on Primebatiq, determine the effect of product quality on purchasing decisions on Primebatiq, determine the effect of price and product quality on purchasing decisions on Primebatiq.

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all Primabatiq users who made purchases during the 2020 period as many as 1,374 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 93 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Purchase Decision = 43,846 - 0,453 Price + 0,257 Product Quality + e.

The results of the research analysis show that price has a negative and significant effect on purchasing decisions on Primebatiq based on the results of partial hypothesis testing, namely tcount -4.873 < - ttable -1.661. The results of the analysis show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions on Primebatiq based on the results of partial hypothesis testing, namely tcount 2,258 > ttable 1,661.

The results showed that Price and Product Quality had a positive and significant effect on Purchase Decisions at Primebatiq based on the results of simultaneous hypothesis testing, namely Fcount 26.832 > Ftable 2.36. The results of this study are supported by the value of R square (R²) = 0.374 meaning that the Purchase Decision variable can be explained by the Price and Product Quality variable of 37.4% while the remaining 62.6% is influenced by other factors originating from outside this research model such as service, advertising, discount, satisfaction, loyalty, behavior, consumer perception and other variables.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision.

MOTTO

**“Kegagalan adalah batu loncatan menuju
kesuksesan”**

(Oprah Winfrey)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk semua orang yang kusayangi. Untuk ayah, ibu, saudara-i serta teman-teman seperjuangan.

Terimakasih atas bantuan, doa dan motivasi yang telah diberikan.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... iv

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

MOTTO viii

PERSEMBAHAN..... ix

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR TABEL..... xv

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah..... 4

1.3 Batasan Masalah..... 4

1.4 Rumusan Masalah 4

1.5 Tujuan Penelitian 5

1.6 Kegunaan Penelitian..... 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1	Landasan Teori.....	6
2.1.1	Teori Keputusan Pembelian.....	6
2.1.1.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	6
2.1.1.2	Struktur Keputusan Pembelian.....	7
2.1.1.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2	Teori Tentang Harga.....	10
2.1.2.1	Pengertian Harga.....	10
2.1.2.2	Manfaat Harga	11
2.1.2.3	Indikator Harga	11
2.1.3	Teori Tentang Kualitas Produk.....	12
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.1.3.2	Tingkatan Kualitas Produk	13
2.1.3.3	Klasifikasi Kualitas Produk	14
2.1.3.4	Indikator Kualitas Produk.....	15
2.2	Penelitian Terdahulu	16
2.3	Kerangka Konseptual.....	18
2.4	Hipotesis Penelitian.....	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.1.1	Lokasi Penelitian	19
3.1.2	Waktu Penelitian.....	19
3.2	Jenis dan Sumber Data	19

3.2.1	Jenis Data	19
3.2.2	Sumber Data.....	19
3.3	Populasi dan Sampel	20
3.3.1	Populasi Penelitian.....	20
3.3.2	Sampel Penelitian.....	20
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
3.5	Teknik Pengumpulan Data	22
3.6	Teknik Analisis Data.....	23
3.6.1	Uji Validitas	24
3.6.2	Uji Reliabilitas	25
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	25
	3.6.3.1 Uji Normalitas.....	25
	3.6.3.2 Uji Multikolinieritas.....	27
	3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	27
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.6.5	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	28
3.6.6	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)	29
3.6.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Penelitian	30
4.1.1	Sejarah Singkat	30
4.2	Hasil Penelitian	30
4.2.1	Karakteristik Responden.....	30

4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
4.2.2.1	Uji Validitas.....	33
4.2.2.2	Uji Reliabilitas.....	36
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	38
4.2.3.1	Uji Normalitas	38
4.2.3.2	Uji Multikolinieritas	46
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas	42
4.2.4	Teknik Analisis Data	43
4.2.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	45
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) ...	47
4.2.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	49
4.3	Pembahasan	50

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

AKADEMIS

5.1	Kesimpulan	52
5.2	Implikasi Manajerial	53
5.3	Saran Akademis	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IJIN RISET

SURAT BALASAN RISET

FOTOCOPY KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Primebatiq Periode 2018 sampai dengan 2020 ..	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	22
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	23
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	31
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli	32
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Kegunaan Pembelian	33
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1).....	34
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	35
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	36
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_1).....	37
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	37
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	38
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Statistik Normalitas	41
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 4.14	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	44
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)	46
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Serempak (Uji-F).....	48
Tabel 4.17	Uji Koefisien Determinan (R^2)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	18
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	39
Gambar 4.2 Normal <i>Probability Plot of Regression</i>.....	40
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Harga (X_1)**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Harga (X_1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Produk (X_2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Produk (X_2)**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)**
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)**
- Lampiran 9 Tabulasi Angket Responden**
- Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas**
- Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik *Scatterplot***
- Lampiran 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, salah satu sektor industri yang terus mengalami perkembangan di Indonesia adalah pada sektor *fashion* atau pakaian. *Fashion* sudah menjadi suatu kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, itulah sebabnya industri pakaian di Indonesia semakin berkembang dengan baik. Sektor *fashion* memiliki potensi yang sangat tinggi untuk dapat mendongkrak perekonomian di negara ini, mengingat industri *fashion* Indonesia diyakini akan terus berkembang. Salah satu bentuk hasil kreasi dari industri fashion asli dari Indonesia yang sudah terkenal dan diakui oleh dunia adalah Batik. Batik merupakan salah satu bentuk hasil kreasi dari industri fashion asli dari Indonesia yang sudah terkenal dan diakui oleh dunia, batik yang merupakan salah satu wujud dari kebudayaan asli Indonesia memiliki potensi yang amat besar dalam turut andil untuk membantu menaikkan perekonomian pada sektor industri kreatif dalam negeri.

Primebatiq adalah salah satu toko yang bergerak dalam bidang penjualan Batik dimana produk yang ditawarkannya memiliki berbagai varian Batik dan dapat digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Sejak awal berdirinya sampai saat ini, Primebatiq dinilai sedang mengalami peningkatan pada penjualannya. Berikut ini adalah tabel penjualan dari Primebatiq dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Penjualan Primebatiq Periode 2018 sampai dengan 2020

Tahun	Jumlah Konsumen
2018	2.827
2019	2.962
2020	1.374

Sumber: Primebatiq, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa penjualan dari Primebatiq sedang mengalami peningkatan dimana pada tahun 2018, jumlah konsumen yang melakukan pembelian adalah sebanyak 2.827 konsumen, sedangkan pada tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi sebanyak 2.962 konsumen. Untuk tahun 2020, jumlah konsumen juga mengalami penurunan menjadi sebanyak 1.374 konsumen. Penurunan terjadi karena adanya pandemi corona. Akan tetapi, sebelum adanya pandemi, Keputusan Pembelian konsumen dinilai mengalami peningkatan. Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih. Primebatiq juga memiliki berbagai strategi yang baik dalam memasarkan produknya sehingga rangsangan pemasaran yang diberikan oleh Primebatiq menarik Keputusan Pembelian konsumen. Konsumen dinilai juga sering menjadikan perusahaan sebagai pilihan utama ketika mereka ingin melakukan pembelian pada Batik karena merasa telah terbiasa melakukan pembelian pada produk yang mereka tawarkan.

Faktor pertama yang dinilai dapat menarik Keputusan Pembelian konsumen adalah Harga dimana menurut Kurniawan (2018:22), Harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau

jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya. Harga yang ditetapkan dinilai dapat merangsang Keputusan Pembelian konsumen karena Harga untuk produk yang ditawarkan dinilai terjangkau oleh daya beli konsumen. Terlebih lagi, Harga yang ditetapkan juga senilai dengan manfaat yang didapatkan oleh konsumen karena Batik yang ditawarkan sangat cocok digunakan untuk berbagai kegiatan seperti bekerja, acara pernikahan maupun berbagai kegiatan lainnya.

Faktor lainnya yang dinilai juga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen adalah Kualitas Produk dimana menurut Firmansyah (2019:8), Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Kualitas Produk yang ditawarkan tidak diragukan lagi oleh konsumen yang akan melakukan pembelian karena produk Batik dari Primebatiq memiliki jahitan yang rapi menggunakan jarum ganda. Selain itu, produknya juga memiliki motif yang menyambung antara sisi kiri dan kanan. Terlebih lagi produk Batik yang ditawarkan memiliki kancing cadangan yang dapat digunakan oleh konsumen ketika kehilangan kancing mereka. Primebatiq juga memiliki kualitas batik yang baik karena 100% terbuat dari kain katun dengan serat benang yang rapat, halus dan tidak berbulu. Beberapa hal tersebut membuat konsumen semakin tertarik dan berminat untuk melakukan pembelian pada produk yang ditawarkannya.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ada di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRIMEBATIQ.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir peningkatan Keputusan Pembelian disebabkan oleh :

1. Harga produk batik yang ditawarkan kepada konsumen lebih murah dibandingkan oleh lainnya sehingga membuat Harga menjadi terjangkau oleh konsumen dalam melakukan pembelian.
2. Kualitas Produk Primebatiq memiliki jahitan yang rapi menggunakan jarum ganda dengan motif yang menyambung antara sisi kiri dan kanan disertai pemberian kancing cadangan kepada konsumen. Primebatiq juga memiliki kualitas batik yang baik karena 100% terbuat dari kain katun dengan serat benang yang rapat, halus dan tidak berbulu.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen Primebatiq.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu :

1. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq ?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq ?

3. Apakah ada pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain :

1. Bagi Primebatiq
Sebagai dasar meningkatkan keunggulan dalam bersaing pada bidang sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.
2. Bagi Akademisi
Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Harga dan Kualitas Produk serta Keputusan Pembelian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan jual beli. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan Keputusan Pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Keputusan Pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Menurut Rossanty, dkk (2018:14), Keputusan Pembelian merupakan kontinum yang terdiri dari 2 dimensi yaitu dimensi yang menunjukkan adanya keterlibatan dari konsumen dalam keputusan membeli dan dimensi yang menunjukkan jumlah informasi yang dibutuhkan konsumen untuk dapat membuat keputusan dengan mencari informasi dan mempertimbangkan berbagai alternatif.

Menurut Morissan (2015:111), Keputusan Pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli namun Keputusan Pembelian tersebut tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya.

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:47), Keputusan Pembelian merupakan respon yang didapatkan lewat pembelajaran atas pengaruh dari lingkungan.

Menurut Sunyoto (2015:88), pengambilan keputusan merupakan proses kognitif yang mempersatukan memori, pemikiran, pemrosesan informasi dan penilaian-penilaian secara evaluatif.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

2.1.1.2 Struktur Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2018:37), konsumen diharapkan memunculkan keputusan untuk membeli. Ada beberapa struktur yang mempengaruhi konsumen sebagai berikut :

1. Keputusan Tentang Jenis Produk.

Dalam setiap pengambilan keputusan mengenai pembelian suatu produk, harus memperhatikan mana kebutuhan yang penting didahulukan dan jumlah uang yang kita punyai sesuai dengan pendapatan rumah tangga, juga menetapkan dan menggunakan berbagai kriteria evaluasi termasuk harga, merek, kualitas dan lain-lain pada saat membuat Keputusan Pembelian.

2. Keputusan Tentang Karakteristik Produk.

Konsumen memutuskan untuk membeli produk dengan bentuk tertentu (ukuran, mutu, corak dan sebagainya).

3. Keputusan Tentang Merek.

Konsumen memutuskan merek yang akan diambil. Perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

4. Keputusan Tentang Penjualan.

Konsumen memutuskan dimana akan membeli, perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih penjual tertentu.

5. Keputusan tentang jumlah produk.

Konsumen memutuskan jumlah produk yang akan dibeli, perusahaan harus mempertimbangkan banyaknya produk tersedia untuk konsumen sesuai keinginan konsumen yang berbeda-beda.

6. Keputusan Tentang Waktu Pembelian.

Konsumen memutuskan kapan harus membeli. Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam penentuan waktu pembeliannya yang juga mempengaruhi perusahaan dalam mengukur waktu promosi, pemesanan, periklanan dan sebagainya.

2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2018:27), dengan demikian seorang konsumen dalam melakukan keputusan membeli terdapat beberapa pengukuran yaitu:

1. Pengenalan Masalah (*Problem Recoqnition*)

Proses pembelian oleh konsumen diawali sejak pembeli mengenali kebutuhan atau masalah. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal atau eksternal.

2. Pencari Informasi (*Informasi Search*)

Setelah konsumen yang terangsang kebutuhannya, konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Orang lebih peka terhadap informasi produk. Pencarian informasi dapat bersifat aktif atau pasif, internal atau eksternal, pencarian informasi yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan, sedangkan pencarian pasif hanya membaca iklan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus tentang gambaran produk yang diinginkan.

3. Evaluasi Alternatif (*Alternative Evaluation*)

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin tentang banyak hal, selanjutnya konsumen harus melakukan penilaian tentang beberapa alternatif yang ada dan menentukan langkah selanjutnya. Evaluasi mencerminkan keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian.

4. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Setelah tahap-tahap dilakukan, sekarang saatnya bagi pembeli untuk menentukan pengambilan keputusan apakah jadi membeli atau tidak. Konsumen bisa mengambil beberapa sub keputusan yang meliputi merek, pemasok, jumlah, waktu pelaksanaan dan metode pembayaran.

5. Perilaku Pasca Pembelian (*Post-Purchase Behavior*)

Pemasar harus memperhatikan konsumen setelah melakukan pembelian produk. Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. Ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah membeli.

2.1.2 Teori Tentang Harga

2.1.2.1 Pengertian Harga

Secara umum, Harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, Harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Dalam pemasaran, Harga merupakan satuan terpenting karena Harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:256), Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

Menurut Wijayanti (2019:51), Harga merupakan hasil kebijakan tentang penetapan Harga Produk, yang meliputi daftar Harga, diskon, periode pembayaran, jangka waktu kredit, atau kebijakan lainnya.

Menurut Dharmawati (2017:294), Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang fleksibel artinya dapat diubah-ubah sesuai dengan kebutuhan.

Menurut Kurniawan (2018:22), Harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya.

Menurut Firmansyah (2019:184), Harga adalah unsur dari bauran pemasaran yang dapat menghasilkan kekayaan dari hasil pertukaran produk.

Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

2.1.2.2 Manfaat Harga

Menurut Tjiptono dan Diana (2016:219), secara garis besar, manfaat dari Harga dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Harga yang dipilih berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas.
2. Harga jual secara langsung menentukan profitabilitas operasi.
3. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan mempengaruhi persepsi umum terhadap produk atau merek dan berkontribusi pada *positioning* merek dalam menentukan konsumen potensial.
4. Harga merupakan alat atau wahana langsung untuk melakukan perbandingan antar produk atau merek yang saling bersaing.
5. Strategi Penetapan Harga harus selaras dengan komponen bauran pemasaran lainnya. Harga harus dapat menutup biaya pengembangan, promosi dan distribusi produk.

2.1.2.3 Indikator Harga

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:256), indikator Harga adalah sebagai berikut yaitu:

1. Daya beli konsumen
2. Ketersediaan konsumen untuk membeli
3. Posisi produk dalam gaya hidup konsumen
4. Manfaat produk bagi konsumen
5. Harga produk-produk substitusi
6. Pasar potensial bagi produk
7. Karakteristik persaingan non-Harga
8. Perilaku konsumen secara umum.
9. Segmen-segmen dalam pasar.

2.1.3 Teori Tentang Kualitas Produk

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Menurut Damiani, dkk (2017:184), Kualitas Produk adalah evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa.

Menurut Firmansyah (2019:8), Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Menurut Astuti dan Matondang (2020:7), Kualitas Produk adalah sebuah faktor dari produk tersebut yang dapat diukur nilai-nilainya dari produk tersebut apakah sesuai dengan standar.

Menurut Untari (2019:22), Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Menurut Mursidi, dkk (2020:31), Kualitas Produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan.

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

2.1.3.2 Tingkatan Kualitas Produk

Menurut Riyadi (2017:101), dalam merencanakan penawaran suatu produk, pemasar terlebih dahulu harus memahami lima tingkat yaitu:

1. Produk Utama (*Core Benefit*)

Yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
2. Produk Generik (*Basic Product*)

Yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi pokok produk yang paling dasar.
3. Produk Harapan (*Expected Product*)

Yaitu suatu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut-atribut dan kondisi secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli.

4. Produk Pelengkap (*Augment Product*)

Yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahkan dengan berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.

5. Produk Potensial (*Potential Product*)

Yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa mendatang.

2.1.3.3 Klasifikasi Kualitas Produk

Menurut Riyadi (2017:102), klasifikasi Kualitas Produk dibagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Barang Konsumen

Yaitu barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri, bukan untuk tujuan bisnis. Umumnya barang konsumsi dapat diklasifikasikan menjadi 4 jenis yaitu :

- a. Barang kebutuhan sehari-hari adalah barang-barang yang biasanya sering dibeli konsumen, dibutuhkan dalam waktu segera dan memerlukan waktu yang minim dalam perbandingan dan pembeliannya.
- b. Barang belanjaan adalah barang-barang karakteristiknya dibandingkan dengan berbagai alternatif yang tersedia oleh konsumen berdasarkan kesesuaian, kualitas, harga dan daya dalam proses pemilihan dan pembeliannya.

- c. Barang khusus adalah barang-barang dengan karakteristik dan atau identifikasi yang unik, yang untuknya sekelompok pembeli yang cukup besar bersedia senantiasa melakukan usaha khusus untuk pembeliannya.
- d. Barang yang tidak dicari adalah barang-barang yang tidak diketahui konsumen atau walau sudah diketahui namun secara umum konsumen belum terpikir untuk membelinya.

2. Barang Industri

Barang industri adalah barang-barang yang dikonsumsi oleh industriawan (konsumen antara atau konsumen bisnis) untuk keperluan selain konsumsi langsung yaitu untuk diubah, diproduksi menjadi barang lain kemudian dijual kembali oleh produsen, untuk dijual kembali oleh pedagang tanpa dilakukan transformasi fisik (proses produksi).

2.1.3.4 Indikator Kualitas Produk

Menurut Damiati, dkk (2017:185), terdapat 7 dimensi yang digunakan untuk menilai Kualitas Produk yaitu sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)

Tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut fungsi yang diidentifikasi oleh konsumen. Dimensi ini menunjukkan sejauh mana suatu produk dikerjakan dengan benar.

2. Interaksi Karyawan (*Employee Interaction*)

Kesopanan, sikap bersahabat dan empati yang ditunjukkan oleh para staf yang menyampaikan barang atau jasa. Dalam hal ini termasuk pula

kredibilitas keseluruhan karyawan yaitu kepercayaan konsumen terhadap karyawan dan persepsinya terhadap keahlian mereka.

3. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu konsistensi kinerja dari barang, jasa ataupun toko.

4. Ketahanan (*Durability*)

Yaitu jangka waktu pemakaian produk dan kekuatan atau kekokohnya.

5. Ketepatan waktu dan kenyamanan (*Timelines and Convinience*)

Seberapa cepat produk disampaikan atau diperbaiki, seberapa cepat informasi atau layanan diberikan. Yang termasuk dalam kenyamanan adalah proses pembelian dan pelayanan, pembayaran melalui kartu kredit, jam kerja toko dan parkir.

6. Estetika (*Aesthetics*)

Penampilan atau fisik barang toko, daya tarik persentasi jasa, lingkungan atau atmosfir yang menyenangkan ketika jasa diberikan, rancangan atau penampilan produk yang terlihat.

7. Ekuitas Merek (*Brand Equity*)

Dampak tambahan baik positif dan negatif pada kualitas yang dipersepsi oleh konsumen selama ini telah dimiliki oleh merek atau toko dalam evaluasi konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Menurut Tohardi (2019:318), ketika seorang peneliti mempersiapkan penelitiannya, maka keberadaan hasil penelitian yang relevan sangatlah berguna bagi seorang peneliti dimana selain dapat dapat menambah wawasan seorang

peneliti tentang apa yang akan diteliti, peneliti juga dapat mempelajari metode penelitian yang sudah digunakan sebelumnya.

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu dalam penelitian ini yaitu:

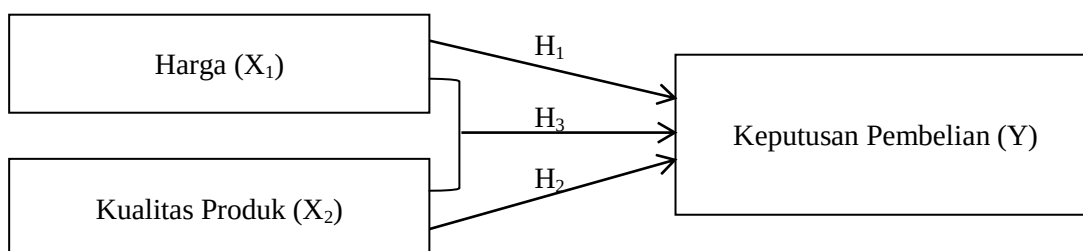
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Mohamad Rizal Nur Irawan (2020) Jurnal Simki Economic, Vo.5, No.2, 2020. ISSN : 2502-9304 Jawa Timur	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Satria Nusantara Jaya	Independen X_1 =Kualitas Produk X_2 =Harga X_3 =Promosi Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kualitas Produk, Harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2	Feby Febrian (2019) Ekono Insentif, Vol.13, No.1, 2019. ISSN : 2654-7163 Cimahi	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lembur Batik	Independen X_1 =Kualitas Produk X_2 =Harga Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan baik secara parsial maupun simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3	Ruri Putri Utami dan Hendra Saputra (2017) Jurnal Niagawan, Vol.6, No.2, 2017. ISSN : 2579-8014 Medan	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran organik di Pasar Sambas Medan	Independen X_1 =Harga X_2 =Kualitas Produk Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
4	Joni Putra Apriando, Harry Soesanto dan Farida Indriani (2019) Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.18, No.2, 2019. ISSN : 1358-2816 Semarang	Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening	Independen X_1 =Kualitas Produk X_2 =Ketersediaan Produk Dependen Y_1 =Keputusan Pembelian Y_2 =Citra Merek	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui citra merek.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
5	Charles Victor B. Saragih (2013) Jurnal Sukaryawan, Vol.3, No.2, 2013. ISSN : 1231-4373 Jakarta	Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulus Mandi Sumber Ayu di Jakarta	Independen X_1 =Kualitas Produk X_2 =Ketersediaan Produk X_3 =Gaya Hidup Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

- H₁: Adanya pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq
- H₂: Adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq
- H₃: Adanya pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah Primebatiq yang beralamat di jalan Brigjend Katamso Gg Perbatasan No. 3 Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret 2021 sampai dengan Juni 2021.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Wahyudi (2017:12), data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya.

3.2.2 Sumber Data

Menurut Wahyudi (2017:12) ada dua sumber data berdasarkan sumbernya yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Data Primer

Merupakan data yang diambil dari sumbernya, serta belum pernah dipublikasi oleh instansi tertentu. Umumnya dihasilkan dari kegiatan

survei lapangan dan dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner, daftar pertanyaan dan lainnya.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang telah diolah dan dipublikasi oleh instansi tertentu misalnya data yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia maupun lembaga lainnya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Jaya (2019:10), populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.

Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pengguna Primabatiq yang melakukan pembelian selama periode 2020 sebanyak 1.374 konsumen.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Jaya (2019:10), sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 1.374 konsumen maka jumlah populasi

akan diperkecil dengan teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10% dimana rumus slovin yang digunakan adalah :

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi Kesalahan (10%)

$$n = \frac{1374}{1 + 10\% \times 1374}$$

$$= \frac{1374}{1 + 137,4}$$

$$= \frac{1374}{138,4}$$

$$= 9,927745665$$

$$= 93$$

Berdasarkan data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 1.374 konsumen dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin dengan penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 konsumen. Sedangkan teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *accidental sampling* dimana konsumen yang ditemui terlebih dahulu secara kebetulan akan dijadikan sebagai sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Harga (X ₁)	Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Tjiptono dan Diana (2020:256)	1. Daya beli konsumen 2. Kesiediaan konsumen untuk membeli 3. Posisi produk dalam gaya hidup konsumen 4. Manfaat produk bagi konsumen Tjiptono dan Diana (2020:256)	Skala <i>Likert</i>
Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas Produk adalah evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa. Damiani, dkk (2017:184)	1. Ketahanan 2. Ketepatan waktu dan kenyamanan 3. Estetika 4. Ekuitas merek Damiani, dkk (2017:185)	Skala <i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih. Firmansyah (2018:27)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian Firmansyah (2018:27)	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, pengamatan langsung, serta studi kepustakaan. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala *Likert* dalam Herlina (2019:6) dimana skala *Likert* menggunakan beberapa butir pertanyaan

untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan berikut ini sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No.	Pilihan	Skala Nilai
1.	Setuju Sekali	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-Ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Herlina, 2019

Metode kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengutip pendapat dari berbagai sumber seperti buku, internet, skripsi, jurnal, laporan atau dokumen perusahaan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Materi wawancara dan kuesioner meliputi pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan keadaan perusahaan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan realibilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketetapan dan kehandalan kuisisioner, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian dari sisa populasi konsumen Primebatiq.

3.6.1 Uji Validitas

Secara umum, validitas dapat diartikan sebagai kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid tidak hanya mampu menghasilkan data yang tepat akan tetapi juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Menurut Priyatno (2018:21), uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Herlina (2019:57), uji validitas menunjukkan tingkat kesahihan dari hasil pengukuran sebuah kuesioner.

Suatu instrumen pengukur dikatakan memiliki validitas tinggi apabila instrumen menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Menurut Herlina (2019:58), untuk menentukan apakah suatu kuesioner item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Sedangkan menurut Priyatno (2018:21), pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya Jika nilai $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, item dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018:25), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner.

Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang secara umum sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*.

Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Priyatno (2018:126), model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linier antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Histogram, *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasannya :

1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018:127), uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression*.

a. *Output* Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal.

b. *Output Normal Probability Plot of Regression*

Output Normal Probability Plot of Regression menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

2. Uji statistik

Menurut Priyatno (2018:130), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini kriteria pengujiannya :

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,1$, maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,1$, maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen.

Menurut Priyatno (2018:134), multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.

Menurut Priyatno (2018:134), metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018:136), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau

simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

- Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)
- X₁ = Strategi Pemasaran Harga (*independent variabel*)
- X₂ = Kualitas Produk (*independent variabel*)
- a = Konstanta
- b₁, b₂ = Koefisien regresi
- e = Persentase kesalahan (10%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:121), uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10% dan uji 2 sisi. Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

H₀ Diterima apabila : $t_{tabel} > t_{hitung}$

H_a Diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2018:119), uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh

signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10%. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Herlina (2019:140), analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

Dengan demikian, jika nilai koefisien determinasi bernilai 0, maka hal ini menunjukkan tidak ada persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika koefisien determinasi bernilai 1 maka terdapat sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Toko

Primebatiq adalah salah satu toko yang bergerak dalam bidang penjualan Batik dimana produk yang ditawarkannya memiliki berbagai varian Batik dan dapat digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Primebatiq sendiri beralamatkan di jalan Brigjend Katamso Gg Perbatasan No. 3 Medan. Primebatiq menawarkan berbagai produk batik berkualitas yang terbuat dari bahan berkualitas. Produk batik dari Primebatiq juga dinilai memiliki jahitan yang rapi menggunakan jarum ganda. Selain itu, produknya juga memiliki motif yang menyambung antara sisi kiri dan kanan. Terlebih lagi produk Batik yang ditawarkan memiliki kancing cadangan yang dapat digunakan oleh konsumen ketika kehilangan kancing mereka. Primebatiq juga memiliki kualitas batik yang baik karena 100% terbuat dari kain katun dengan serat benang yang rapat, halus dan tidak berbulu. Beberapa hal tersebut membuat konsumen semakin tertarik dan berminat untuk melakukan pembelian pada produk yang ditawarkannya.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil reponden yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 93

konsumen dari Primebatiq yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah pembelian, frekuensi membeli, pekerjaan dan kegunaan pembelian. Berikut ini karakteristik responden akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	32	34,4%
Wanita	61	65,6%
Total	93	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa responden pria adalah sebanyak 32 orang atau 34,4% dari total responden sedangkan responden wanita adalah sebanyak 61 orang atau 65,6% dari total responden. Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan konsumen yang melakukan pembelian pada Primebatiq adalah wanita.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Jumlah Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1 Produk	47	50,5%
2 Produk	31	33,3%
Lebih Dari 2 Produk	15	16,2%
Total	93	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah pembelian 1 produk adalah sebanyak 47 orang atau 50,5% dari total responden, sedangkan responden dengan jumlah pembelian 2 produk adalah sebanyak 31 orang atau 33,3% dari total responden dan responden dengan jumlah pembelian lebih dari 2 produk adalah 15 orang atau 16,2% dari total responden.

Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk Primebatiq adalah konsumen dengan jumlah pembelian 1 produk.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli

Frekuensi Membeli	Jumlah Responden	Persentase (%)
1 Kali – 3 Kali	48	51,6%
3 Kali – 5 Kali	33	35,5%
Lebih dari 5 Kali	12	12,9%
Total	93	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi pembelian 1 kali – 3 kali adalah sebanyak 48 orang atau 51,6% dari total responden, sedangkan responden dengan frekuensi pembelian 3 kali – 5 kali adalah sebanyak 33 orang atau 35,5% dari total responden dan responden dengan frekuensi pembelian lebih dari 5 kali adalah sebanyak 12 orang atau 12,9% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk Primebatiq adalah konsumen dengan frekuensi pembelian 1 kali – 3 kali.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Karyawan	38	40,9%
Wirausahawan	13	13,9%
Pegawai Negeri	22	23,7%
Mahasiswa	12	12,9%
Ibu Rumah Tangga	8	8,6%
Total	93	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan pekerjaan sebagai karyawan adalah sebanyak 38 orang atau 40,9% dari total responden. Responden dengan pekerjaan sebagai wirausahawan adalah sebanyak

22 orang atau 23,7% dari total responden. Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri adalah sebanyak 22 orang atau 23,7% dari total responden, sedangkan responden sebagai mahasiswa adalah sebanyak 12 orang atau 12,9% dari total responden dan responden sebagai ibu rumah tangga sebanyak 8 orang atau 8,6% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk Primebatiq adalah konsumen dengan pekerjaan sebagai karyawan.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Kegunaan Pembelian

Kegunaan Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pakai Sendiri	81	87,1%
Jual Kembali	12	12,9%
Total	93	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan kegunaan pembelian untuk dipakai sendiri adalah sebanyak 81 orang atau 87,1% dari total responden dan responden dengan kegunaan pembelian untuk dijual kembali adalah sebanyak 12 orang atau 12,9% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk Primebatiq adalah konsumen dengan kegunaan pembelian untuk dipakai sendiri.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Menurut Herlina (2019:58), untuk menentukan apakah suatu kuesioner item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang artinya suatu item

dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Sedangkan menurut Priyatno (2018:21), pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.

1. Jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, item dapat dinyatakan valid
2. Jika nilai $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, item dinyatakan tidak valid.

Untuk Nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana (n) adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0,361. Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Harga batik yang ditawarkan oleh Primebatiq selalu terjangkau oleh keuangan konsumen.	0,709	0,361	Valid
2	Daya beli konsumen sesuai dengan harga yang telah ditetapkan untuk setiap produk dari Primebatiq.	0,810	0,361	Valid
3	Primebatiq memiliki produk yang dapat membuat konsumen bersedia untuk membeli.	0,918	0,361	Valid
4	Primebatiq menawarkan harga yang murah sehingga konsumen bersedia untuk membeli.	0,727	0,361	Valid
5	Produk batik sangat dibutuhkan konsumen dalam menjalankan kegiatannya.	0,772	0,361	Valid
6	Primebatiq memiliki berbagai produk yang cocok untuk digunakan dalam bekerja maupun kegiatan sehari-hari.	0,772	0,361	Valid
7	Primebatiq menawarkan produk dengan berbagai manfaat.	0,791	0,361	Valid
8	Manfaat produk yang didapatkan konsumen sesuai dengan harganya.	0,711	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Harga menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₂)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Produk batik dari Primebatiq sangat tahan lama digunakan.	0,738	0,361	Valid
2	Konsumen dapat menggunakan batiknya selama sehari dalam beraktivitas.	0,762	0,361	Valid
3	Batik dari Primebatiq sangat nyaman digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari konsumen.	0,892	0,361	Valid
4	Primebatiq menggunakan bahan kain yang lembut sehingga nyaman di badan konsumen.	0,826	0,361	Valid
5	Konsumen yang menggunakan batik dari Primebatiq akan memiliki penampilan yang bagus dan elegan.	0,649	0,361	Valid
6	Batik yang ditawarkan akan membuat konsumen terlihat mewah saat menggunakannya.	0,743	0,361	Valid
7	Primebatiq dikenal luas oleh kalangan konsumen yang suka menggunakan batik.	0,759	0,361	Valid
8	Primebatiq merupakan salah satu merek yang sering dicari informasinya oleh konsumen.	0,750	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Produk menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected</i> <i>Item-Total</i> <i>Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Konsumen suka menggunakan batik ketika menjalankan aktivitas mereka.	0,785	0,361	Valid
2	Dengan menggunakan batik, konsumen terlihat formal dan lebih professional dalam melaksanakan kegiatannya.	0,637	0,361	Valid
3	Konsumen mencari informasi mengenai berbagai jenis batik yang ada	0,736	0,361	Valid
4	Konsumen lebih suka mencari informasi dengan menggunakan media sosial seperti Instagram.	0,739	0,361	Valid
5	Konsumen mengevaluasi berbagai produk batik sebelum membelinya.	0,813	0,361	Valid
6	Konsumen sering membandingkan berbagai produk-produk batik yang ada.	0,755	0,361	Valid
7	Primebatiq menjadi salah satu pilihan konsumen dalam melakukan pembelian batik.	0,908	0,361	Valid
8	Primebatiq mendapatkan konsumen yang membeli secara rutin.	0,607	0,361	Valid
9	Primebatiq membuat konsumen merasa puas setelah melakukan pembelian.	0,640	0,361	Valid
10	Primebatiq akan direkomendasikan kepada konsumen lainnya.	0,620	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pembelian menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018:25), “Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner”. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap

konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*.

Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

Hasil pengujian reliabilitas variabel Harga dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₁)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,907	8

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa dari kedelapan butir *item* untuk variabel Harga (X₁) tersebut memiliki *Cronbach's Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X₂)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	8

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Kualitas Produk (X_2) tersebut memiliki *Cronbach's Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasill uji reliabilitas variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	10

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kesepuluh butir *item* untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) tersebut memiliki *Cronbach's Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

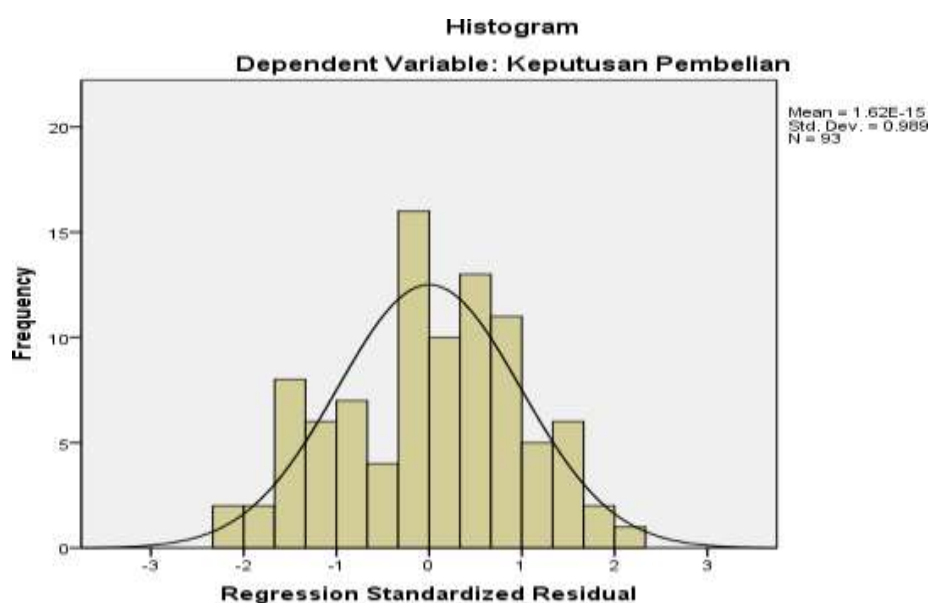
Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasannya:

1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018:127), “Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, nilai residual tersebut telah normal dan sebaliknya maka dinyatakan tidak normal”.

a. Output Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas grafik histogram dapat dilihat berikut ini :



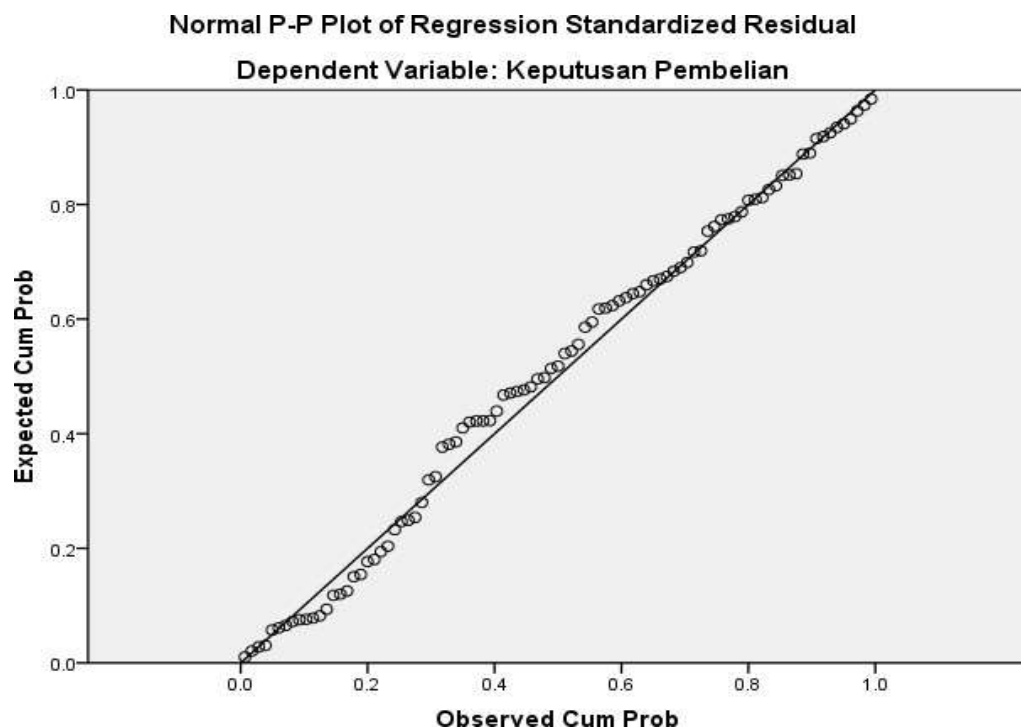
Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Gambar 4.1
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

b. *Output Normal Probability Plot of Regression*

Output Normal Probability Plot of Regression menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal. Hasil pengujian analisis normal P-P plot dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Gambar 4.2
Normal Probability Plot of Regression

Pada Gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

2. Uji statistik

Menurut Priyatno (2018:130), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya adalah:

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,1$, maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,1$, maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorv-Smirnov* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.12
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.02533849
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.049
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.627
Asymp. Sig. (2-tailed)		.826

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.12 diatas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-smirnov* membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,826 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2018:134), “Multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau medekati sempurna diantara variabel bebas.”

Menurut Priyatno (2018:134), “Metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1”.

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Harga	.745	1.343
Kualitas Produk	.745	1.343

a. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

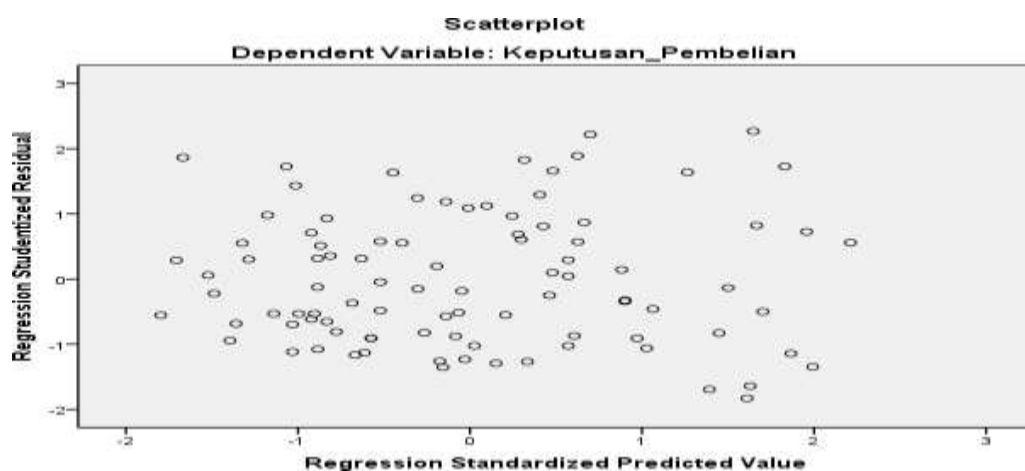
Pada Tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Harga dan Kualitas Produk mempunyai nilai *tolerance* (0,745) > 0,10 dan nilai VIF (1,343) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018:136), “Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.”

Salah satu pengujian heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil pengujian menggunakan metode grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar 4.4 dibawah ini :



Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Grafik Scatterplot

Pada Gambar 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik grafik *Scatterplot* menyebar secara acak (*random*) serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.4 Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), “Analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.” Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Primebatiq yang dapat dihitung dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for The Social Science (SPSS)*:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)

X₁ = Harga (*independent variabel*)

X₂ = Kualitas Produk (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (10%)

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	43.846	4.896	
Harga	-.453	.093	-.471
Kualitas Produk	.257	.114	.218

Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.14 diatas, diketahui pada *Unstandardized Coefficeints* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut :

$$\text{Keputusan Pembelian} = 43,846 - 0,453 \text{ Harga} + 0,257 \text{ Kualitas Produk} + e$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) = 43,846 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu Harga dan variabel (X_2) yaitu Kualitas Produk bernilai 0 maka Keputusan Pembelian adalah tetap sebesar 43,846.
2. Koefisien $X_1(b_1)$ = -0,453 menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) berpengaruh negatif terhadap Keputusan Pembelian sebesar -0,453. Artinya setiap peningkatan Harga (X_1) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan menurun sebesar 45,3%.
3. Koefisien $X_2(b_2)$ = 0,257 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,257. Artinya setiap peningkatan Kualitas Produk (X_2) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 25,7%.

4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:121), “Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 0,1 dan uji 2 sisi. Bentuk pengujiannya :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0 :$ Artinya Harga ; Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Primebatiq.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0 :$ Artinya Harga ; Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Primebatiq.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $t_{tabel} > t_{hitung}$

H_a Diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus: $df = n - k = 93 - 3 = 90$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df adalah 90 dan diperoleh nilai t_{tabel} tersebut yaitu sebesar 1,661. Sedangkan nilai t_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 10\%$. Hasil uji t_{hitung} dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	8.956	.000
Harga	-4.873	.000
Kualitas Produk	2.258	.026

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.15 hasil pengujian parsial diatas, maka dapat dilihat beberapa hal dibawah ini diantaranya adalah bahwa :

1. Pada Harga (X_1) terlihat bahwa nilai $-t_{hitung} (-4.873) < -t_{tabel} (-1,661)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.
2. Pada Kualitas Produk (X_2) terlihat bahwa nilai $t_{hitung} (2,258) > t_{tabel} (1,661)$ dengan tingkat signifikan $0,026 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2018:119), “Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10%. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Harga dan Kualitas Produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus: df (pembilang) = $k - 1 = 3 - 1 = 2$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 93 - 3 = 90$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df (pembilang) adalah 2 dan df (penyebut) adalah 90, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} adalah 2,36. Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 10\%$. Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada tabel :

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Serempak (Uji-F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	888.862	2	444.431	26.832	.000 ^a
	Residual	1490.708	90	16.563		
	Total	2379.570	92			

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.16 diatas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} (26,832) > F_{tabel} (2,36) dengan signifikansi $0,00 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Herlina (2019:140), “Analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat”. Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.17
Uji Koefisien Determinan (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.374	.360	4.070

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.17 hasil pengujian koefisien determinan diatas, dapat dilihat Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,374 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Kualitas Produk sebesar 37,4% sedangkan sisanya 62,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti pelayanan, iklan, potongan harga, kepuasan, loyalitas, perilaku, persepsi konsumen dan variabel lainnya.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam pembahasan ini peneliti akan membahas mengenai pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Harga memiliki nilai $-t_{hitung} (-4.873) < -t_{tabel} (-1,661)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Saputra (2017) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} (2,258) > t_{tabel} (1,661)$ dengan tingkat signifikan $0,026 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Apriando, dkk (2019) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas

Produk dan ketersediaan produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

3. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk memiliki nilai $F_{hitung} (26,832) > F_{tabel} (2,36)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,374 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Kualitas Produk sebesar 37,4% sedangkan sisanya 62,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti pelayanan, iklan, potongan harga, kepuasan, loyalitas, perilaku dan variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Irawan (2020), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan Kualitas Produk, Harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Febrian (2019), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel

Kualitas Produk dan Harga baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai Harga dan Kualitas Produk tidak bernilai, maka Keputusan Pembelian adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Harga sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan menurun. Setiap peningkatan Kualitas Produk sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan meningkat.
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.
4. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq.
5. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Harga dan Kualitas Produk dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Keputusan Pembelian pada Primebatiq.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Primebatiq harus mempertahankan Harga terhadap Keputusan Pembelian:
 - a. Primebatiq memiliki produk yang dapat membuat konsumen bersedia untuk melakukan pembelian karena Harga yang ditetapkan oleh Primebatiq dinilai sesuai dengan produk yang ditawarkannya. Primebatiq juga dapat terus menawarkan berbagai produk terbaru dengan Harga yang sesuai untuk para konsumen dimana jika Harga yang telah ditetapkan dinilai sesuai oleh konsumen, maka konsumen akan bersedia untuk membeli produk dari Primebatiq.
 - b. Mempertahankan Harga yang telah ditetapkan karena konsumen menilai bahwa Harga yang telah ditetapkan untuk setiap produk Primebatiq terjangkau oleh daya beli konsumen sehingga konsumen tidak akan berpikir atau ragu ketika mereka melihat produk terbaru dan akan segera melakukan pembelian jika menyukainya. Primebatiq dapat terus memperbarui Harga batiknya sesuai dengan pasaran yang ada sehingga jika keadaan ekonomi masyarakat sedang lesu seperti saat pandemi Covid 19, Primebatiq dapat memberikan berbagai potongan harga yang menarik sehingga konsumen tetap akan membelinya.
2. Kualitas Produk pada Primebatiq perlu diperhatikan, sehingga perusahaan harus memperhatikan:

- a. Produk batik yang ditawarkan oleh Primebatiq masih harus diperhatikan karena masih adanya konsumen yang ragu akan kualitasnya dimana konsumen masih ragu apakah batik yang dibelinya akan sesuai dengan dirinya dan memberikan penampilan yang bagus dan elegan. Dalam hal ini Primebatiq dapat memberikan sampel kepada konsumen dalam mencoba berbagai produk batik yang ditawarkan sehingga konsumen dapat mengetahui dengan pasti produk batik mana yang sesuai dengan dirinya.
- b. Kemewahan batik masih harus diperhatikan oleh Primebatiq karena setiap konsumen memiliki ukuran yang berbeda-beda sehingga tidak semua konsumen sesuai dalam menggunakan batik yang ditawarkan. Dalam hal ini Primebatiq dapat terus meningkatkan jenis ataupun ukuran batik yang dimilikinya sehingga kemewahan konsumen dalam menggunakan batik dapat disesuaikan.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Primebatiq selain variabel Harga dan Kualitas Produk misalnya pelayanan, iklan, potongan harga, kepuasan, loyalitas, perilaku dan variabel lainnya.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari beberapa konsumen saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh pengusaha batik yang ada di Medan.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 93 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar, M. R., Gustina, I., & Ariska, S. (2021). Consumer Loyalty Analysis: Contribution of Commitment and Price. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 265-269.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.

- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D. (2021). Analysis of Efforts to Increase Customer Loyalty in Improving Brand Trust, Marketing Communication Strategies and Product Diversity. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 134-146.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 22-33.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.

- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Lampiran 1: Kuesioner

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRIMEBATIQ

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐ Wanita
2. Jumlah Pembelian : ☐ 1 Produk
☐ 2 Produk
☐ Lebih Dari 2 Produk
3. Frekuensi Membeli : ☐ 1 Kali – 3 Kali
☐ 3 Kali – 5 Kali
☐ Lebih dari 5 Kali
4. Pekerjaan : ☐ Karyawan
☐ Wirausahawan
☐ Pegawai Negeri
☐ Mahasiswa
☐ Ibu Rumah Tangga
5. Kegunaan Pembelian : ☐ Pakai Sendiri ☐ Jual Kembali

Petunjuk dalam pengisian kuesioner:

Dalam menjawab pernyataan ini, Bapak/Ibu, Saudara/i hanya memilih salah satu jawaban yang paling benar dan yang diinginkan dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban tersebut.

Keterangan pemberian nilai untuk setiap butir-butir kuesioner :

SS	=	Sangat Setuju
S	=	Setuju
RR	=	Ragu-ragu
TS	=	Tidak Setuju
STS	=	Sangat Tidak Setuju

Variabel X₁ (Harga)

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Daya Beli Konsumen						
Kemampuan konsumen untuk membeli barang yang dibutuhkan dan biasanya akan mengalami kondisi berupa peningkatan atau penurunan.						
1	Harga batik yang ditawarkan oleh Primebatiq selalu terjangkau oleh keuangan konsumen.					
2	Daya beli konsumen sesuai dengan harga yang telah ditetapkan untuk setiap produk dari Primebatiq.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Kesediaan Konsumen Untuk Membeli						
Kesediaan konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.						
3	Primebatiq memiliki produk yang dapat membuat konsumen bersedia untuk membeli.					
4	Primebatiq menawarkan harga yang murah sehingga konsumen bersedia untuk membeli.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Posisi Produk Dalam Gaya Hidup Konsumen						
Kepentingan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dalam kehidupan konsumen.						
5	Produk batik sangat dibutuhkan konsumen dalam menjalankan kegiatannya.					
6	Primebatiq memiliki berbagai produk yang cocok untuk digunakan dalam bekerja maupun kegiatan sehari-hari.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Manfaat Produk Bagi Konsumen						
Manfaat yang akan didapatkan oleh konsumen setelah melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan.						
7	Primebatiq menawarkan produk dengan berbagai manfaat.					
8	Manfaat produk yang didapatkan oleh konsumen sangat sesuai dengan harganya.					

Variabel X₂ (Kualitas Produk)

Kualitas Produk adalah evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa.

No.	Pernyataan	SS	S	RS	TS	STS
Ketahanan						
Jangka waktu pemakaian produk dan kekuatan atau kekokohnya.						
1	Produk batik dari Primebatiq sangat tahan lama digunakan.					
2	Konsumen dapat menggunakan batiknya selama sehari dalam beraktivitas.					

No.	Pernyataan	SS	S	RS	TS	STS
Ketepatan Waktu dan Kenyamanan						
Seberapa cepat produk disampaikan atau diperbaiki, seberapa cepat informasi atau layanan diberikan. Yang termasuk dalam kenyamanan adalah proses pembelian dan pelayanan, pembayaran melalui kartu kredit, jam kerja toko dan parkir.						
3	Batik dari Primebatiq sangat nyaman digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari konsumen.					
4	Primebatiq menggunakan bahan kain yang lembut sehingga nyaman di badan konsumen.					

No.	Pernyataan	SS	S	RS	TS	STS
Estetika						
Penampilan atau fisik barang toko, daya tarik persentase jasa, lingkungan atau atmosfer yang menyenangkan ketika jasa diberikan, rancangan atau penampilan produk yang terlihat.						
5	Konsumen yang menggunakan batik dari Primebatiq akan memiliki penampilan yang bagus dan elegan.					
6	Batik yang ditawarkan akan membuat konsumen terlihat mewah saat menggunakannya.					

No.	Pernyataan	SS	S	RS	TS	STS
Ekuitas Merek						
Dampak tambahan baik positif dan negatif pada kualitas yang dipersepsi oleh konsumen selama ini telah dimiliki oleh merek atau toko dalam evaluasi konsumen.						
7	Primebatiq dikenal luas oleh kalangan konsumen yang suka menggunakan batik.					
8	Primebatiq merupakan salah satu merek yang sering dicari informasinya oleh konsumen.					

Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Pengenalan Masalah						
Proses pembelian oleh konsumen diawali sejak pembeli mengenali kebutuhan atau masalah. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal atau eksternal.						
1	Konsumen suka menggunakan batik ketika menjalankan aktivitas mereka.					
2	Dengan menggunakan batik, konsumen terlihat formal dan lebih professional dalam melaksanakan kegiatannya.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Pencarian Informasi						
Setelah konsumen yang terangsang kebutuhannya, konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Orang lebih peka terhadap informasi produk. Pencarian informasi dapat bersifat aktif atau pasif, internal atau eksternal, pencarian informasi yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan, sedangkan pencarian pasif hanya membaca iklan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus tentang gambaran produk yang diinginkan.						
3	Konsumen mencari informasi mengenai berbagai jenis batik yang ada					
4	Konsumen lebih suka mencari informasi dengan menggunakan media sosial seperti Instagram.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Evaluasi Alternatif						
Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin tentang banyak hal, selanjutnya konsumen harus melakukan penilaian tentang beberapa alternatif yang ada dan menentukan langkah selanjutnya. Evaluasi mencerminkan keyakinan dan sikap yang mempengaruhi perilaku pembelian mereka.						
5	Konsumen mengevaluasi berbagai produk batik sebelum membelinya.					
6	Konsumen sering membandingkan berbagai produk-produk batik yang ada.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Keputusan Pembelian						
Setelah tahap-tahap dilakukan, sekarang saatnya bagi pembeli untuk menentukan pengambilan keputusan apakah jadi membeli atau tidak. Konsumen bisa mengambil beberapa sub keputusan yang meliputi merek, pemasok, jumlah, waktu pelaksanaan dan metode pembayaran.						
7	Primebatiq menjadi salah satu pilihan konsumen dalam melakukan pembelian batik.					
8	Primebatiq mendapatkan konsumen yang membeli secara rutin.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Perilaku Pasca Pembelian						
Pemasar harus memperhatikan konsumen setelah melakukan pembelian produk. Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. Ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah membeli.						
9	Primebatiq membuat konsumen merasa puas setelah melakukan pembelian.					
10	Primebatiq akan direkomendasikan kepada konsumen lainnya.					

Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas

No	Harga								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	1	5	4	2	3	5	5	4	29
2	1	1	1	2	1	1	2	1	10
3	1	4	4	2	3	4	5	5	28
4	4	5	4	3	2	3	5	5	31
5	1	1	2	1	1	1	2	1	10
6	4	4	4	3	1	4	5	4	29
7	1	1	4	4	5	4	4	5	28
8	1	4	5	4	4	4	1	4	27
9	1	2	1	1	1	2	2	1	11
10	4	4	4	5	5	5	5	4	36
11	4	1	5	4	4	4	1	5	28
12	3	3	3	1	1	1	1	3	16
13	5	4	4	4	5	4	5	1	32
14	4	5	4	4	4	5	4	4	34
15	4	4	4	1	4	4	1	4	26
16	4	5	5	5	4	1	4	4	32
17	4	4	5	1	5	4	4	3	30
18	4	5	5	4	4	5	4	5	36
19	1	2	1	1	2	1	1	2	11
20	4	5	5	4	4	4	3	5	34
21	4	5	4	4	4	4	4	3	32
22	1	2	1	1	2	2	1	1	11
23	1	5	5	5	4	4	4	5	33
24	4	5	5	5	3	3	3	3	31
25	4	5	5	3	3	5	3	4	32
26	1	1	1	2	1	1	2	1	10
27	4	5	4	3	5	3	4	4	32
28	5	5	4	3	5	3	4	5	34
29	1	2	1	1	2	2	1	1	11
30	4	4	5	2	3	4	5	5	32

No	Kualitas Produk								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	1	2	1	1	2	1	1	1	10
2	4	4	4	1	1	1	4	4	23
3	4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	4	4	4	1	4	4	4	29
5	1	2	1	1	2	1	2	1	11
6	5	4	5	5	5	4	4	5	37
7	4	5	3	2	5	1	1	1	22
8	1	2	1	1	1	2	1	1	10
9	5	5	4	5	1	5	1	1	27
10	5	5	4	4	4	1	5	4	32
11	5	5	5	5	5	4	5	4	38
12	1	2	1	1	2	1	1	2	11
13	1	4	3	2	5	3	1	1	20
14	4	5	4	5	5	1	1	1	26
15	5	5	5	4	5	5	4	5	38
16	5	4	3	3	5	3	1	1	25
17	5	4	4	1	5	5	1	1	26
18	1	2	1	1	2	2	1	2	12
19	5	5	5	4	5	5	4	5	38
20	4	1	1	2	2	1	1	2	14
21	4	1	4	4	5	4	1	1	24
22	1	2	1	2	1	1	1	1	10
23	1	5	4	4	5	5	4	5	33
24	4	4	5	4	4	4	1	1	27
25	4	4	5	5	4	4	1	1	28
26	4	4	3	5	5	4	5	5	35
27	4	4	5	5	4	5	4	5	36
28	4	4	4	5	5	4	5	5	36
29	4	4	5	5	3	5	4	4	34
30	5	4	3	3	5	3	4	4	31

No	Keputusan Pembelian										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	5	5	5	5	4	4	2	3	1	38
2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	13
3	4	1	1	4	5	4	4	3	1	5	32
4	5	1	1	5	5	4	4	5	4	4	38
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	46
6	3	1	1	1	1	5	1	5	4	1	23
7	3	1	1	1	1	3	1	3	3	1	18
8	5	1	1	1	1	3	4	4	5	4	29
9	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	15
10	5	1	1	4	4	5	4	5	4	5	38
11	5	1	1	5	1	1	1	3	1	5	24
12	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	45
13	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	14
14	5	5	5	5	3	3	3	2	5	4	40
15	5	4	4	4	3	3	3	3	5	1	35
16	4	2	5	3	3	3	3	3	2	4	32
17	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
18	4	1	5	3	3	3	3	5	4	5	36
19	4	5	5	3	3	5	5	3	5	4	42
20	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	31
21	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	15
22	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	47
23	5	4	5	3	3	3	3	3	5	1	35
24	5	3	3	2	3	3	3	3	5	5	35
25	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	14
26	5	5	3	3	5	5	5	3	3	4	41
27	5	3	3	4	3	3	3	3	5	4	36
28	2	5	5	5	5	3	3	5	5	1	39
29	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
30	4	3	3	4	3	3	3	4	2	1	30

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Harga (X₁)

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson	1	.603**	.625**	.418*	.505**	.412*	.417*	.416*	.709**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.021	.004	.024	.022	.022	.000
P2	Pearson	.603**	1	.710**	.480**	.496**	.568**	.597**	.575**	.810**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.005	.001	.000	.001	.000
P3	Pearson	.625**	.710**	1	.658**	.685**	.714**	.523**	.811**	.918**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.000	.000
P4	Pearson	.418*	.480**	.658**	1	.579**	.462*	.450*	.511**	.727**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.021	.007	.000		.001	.010	.013	.004	.000
P5	Pearson	.505**	.496**	.685**	.579**	1	.627**	.409*	.542**	.772**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.004	.005	.000	.001		.000	.025	.002	.000
P6	Pearson	.412*	.568**	.714**	.462*	.627**	1	.541**	.638**	.791**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.024	.001	.000	.010	.000		.002	.000	.000
P7	Pearson	.417*	.597**	.523**	.450*	.409*	.541**	1	.480**	.711**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.003	.013	.025	.002		.007	.000
P8	Pearson	.416*	.575**	.811**	.511**	.542**	.638**	.480**	1	.799**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.022	.001	.000	.004	.002	.000	.007		.000
TOTAL	Pearson	.709**	.810**	.918**	.727**	.772**	.791**	.711**	.799**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Harga (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	8

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Produk (X₂)

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson	1	.563**	.722**	.597**	.457*	.452*	.404*	.360	.738**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.011	.012	.027	.051	.000
P2	Pearson	.563**	1	.743**	.573**	.506**	.457*	.492**	.439*	.762**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.001	.004	.011	.006	.015	.000
P3	Pearson	.722**	.743**	1	.775**	.554**	.728**	.507**	.490**	.892**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.004	.006	.000
P4	Pearson	.597**	.573**	.775**	1	.472**	.635**	.519**	.497**	.826**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.008	.000	.003	.005	.000
P5	Pearson	.457*	.506**	.554**	.472**	1	.430*	.290	.292	.649**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.011	.004	.001	.008		.018	.120	.117	.000
P6	Pearson	.452*	.457*	.728**	.635**	.430*	1	.391*	.456*	.743**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.012	.011	.000	.000	.018		.033	.011	.000
P7	Pearson	.404*	.492**	.507**	.519**	.290	.391*	1	.943**	.759**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.027	.006	.004	.003	.120	.033		.000	.000
P8	Pearson	.360	.439*	.490**	.497**	.292	.456*	.943**	1	.750**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.051	.015	.006	.005	.117	.011	.000		.000
TOTAL	Pearson	.738**	.762**	.892**	.826**	.649**	.743**	.759**	.750**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Produk (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	8

Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
P1	Pearson	1	.260	.421*	.576**	.465**	.554**	.718**	.512**	.530**	.656**	.785**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.166	.021	.001	.010	.001	.000	.004	.003	.000	.000
P2	Pearson		1	.774**	.481**	.572**	.391*	.544**	-.002	.460*	.043	.637**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.166	.000	.007	.001	.032	.002	.993	.011	.823	.000
P3	Pearson	.421*	.774**	1	.519**	.548**	.387*	.587**	.237	.520**	.220	.736**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.021	.000	.003	.002	.035	.001	.208	.003	.242	.000
P4	Pearson				1	.714**	.376*	.578**	.421*	.235	.419*	.739**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.001	.007	.003	.000	.041	.001	.021	.210	.021	.000
P5	Pearson					1	.623**	.794**	.440*	.294	.440*	.813**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.010	.001	.002	.000	.000	.000	.015	.115	.015	.000
P6	Pearson	.554**	.391*	.387*	.376*	.623**	1	.773**	.581**	.507**	.406*	.755**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.001	.032	.035	.041	.000	.000	.001	.004	.026	.000
P7	Pearson							1	.482**	.508**	.604**	.908**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.001	.001	.000	.000	.007	.004	.000	.000
P8	Pearson	.512**	-.002	.237	.421*	.440*	.581**	.482**	1	.439*	.438*	.607**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.004	.993	.208	.021	.015	.001	.007	.015	.015	.000
P9	Pearson									1	.199	.640**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.003	.011	.003	.210	.115	.004	.004	.015	.291	.000
P10	Pearson	.656**	.043	.220	.419*	.440*	.406*	.604**	.438*	.199	1	.620**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.000	.823	.242	.021	.015	.026	.000	.015	.291	.000
TOTAL	Pearson											1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 8 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	10

Lampiran 9 : Tabulasi Angket Responden

No	Harga								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	5	5	5	3	3	5	4	4	34
2	5	5	4	4	4	4	4	5	35
3	4	3	5	3	3	5	4	4	31
4	3	3	3	3	5	5	4	5	31
5	5	5	5	4	4	4	4	4	35
6	5	5	3	3	4	5	4	5	34
7	5	5	4	5	3	4	5	5	36
8	4	4	4	4	3	4	4	3	30
9	5	3	4	5	3	5	5	3	33
10	5	3	4	5	4	5	4	4	34
11	4	5	4	4	5	5	4	5	36
12	4	3	4	4	5	5	5	4	34
13	5	5	5	5	5	5	5	2	37
14	4	5	5	4	5	5	5	4	37
15	5	5	2	2	5	5	5	4	33
16	5	2	2	5	4	4	4	5	31
17	3	1	3	2	4	4	4	4	25
18	3	3	3	2	4	4	4	5	28
19	3	5	2	2	4	4	4	2	26
20	5	2	1	2	4	4	4	4	26
21	5	3	5	5	4	4	4	5	35
22	3	3	1	2	1	5	5	3	23
23	3	2	1	2	4	4	3	3	22
24	5	3	1	5	4	4	3	4	29
25	3	5	5	5	3	4	4	5	34
26	5	5	5	3	4	3	4	3	32
27	2	2	1	2	3	3	3	4	20
28	2	5	2	5	3	3	4	4	28
29	3	3	2	2	4	4	4	4	26
30	2	2	5	5	4	5	3	3	29
31	2	3	5	5	3	5	3	5	31
32	2	2	3	5	4	4	4	4	28
33	3	5	3	1	3	5	3	4	27
34	1	1	3	5	1	3	2	5	21

35	5	3	2	5	2	3	1	5	26
36	1	3	2	5	1	3	1	5	21
37	2	1	3	3	2	5	3	3	22
38	5	3	1	2	3	5	1	5	25
39	1	1	3	3	2	2	1	5	18
40	2	5	2	3	2	1	5	1	21
41	2	5	2	2	2	2	2	3	20
42	3	2	2	3	3	3	5	2	23
43	2	2	2	2	5	1	5	3	22
44	2	2	2	3	5	1	5	3	23
45	4	4	4	1	3	1	3	1	21
46	3	3	5	4	5	2	5	2	29
47	4	4	4	2	1	2	1	3	21
48	4	4	4	3	5	5	1	5	31
49	4	4	2	2	1	5	1	3	22
50	4	4	2	3	1	5	1	5	25
51	2	2	3	2	5	3	5	3	25
52	2	2	2	3	3	5	2	2	21
53	4	4	4	4	1	3	5	3	28
54	3	3	2	1	5	3	3	3	23
55	5	3	5	3	1	3	5	1	26
56	3	3	3	3	5	3	3	1	24
57	3	5	1	5	2	1	5	1	23
58	2	2	3	2	2	1	2	5	19
59	1	1	3	1	3	1	2	5	17
60	5	3	1	5	3	3	5	2	27
61	1	1	5	2	5	1	1	5	21
62	1	1	2	2	2	1	5	2	16
63	1	1	2	2	2	5	1	5	19
64	1	1	5	5	1	5	3	5	26
65	5	5	1	5	1	5	1	5	28
66	5	5	1	5	1	5	3	5	30
67	2	5	3	5	5	5	5	1	31
68	2	5	5	1	5	1	3	1	23
69	5	3	1	3	1	3	2	1	19
70	1	5	3	5	1	1	3	3	22
71	2	3	2	3	5	2	5	3	25

72	5	5	5	3	3	5	2	5	33
73	5	5	5	3	5	1	5	5	34
74	3	3	5	5	5	3	3	5	32
75	3	3	3	5	5	3	3	5	30
76	2	5	3	5	1	5	5	5	31
77	1	5	5	3	5	5	5	5	34
78	1	3	5	3	2	3	3	5	25
79	5	2	5	3	3	2	2	5	27
80	1	3	2	5	2	5	3	2	23
81	3	1	2	5	2	1	5	2	21
82	3	1	2	5	2	5	5	2	25
83	2	3	3	5	3	3	3	3	25
84	3	3	3	5	3	3	3	3	26
85	2	3	3	3	3	3	5	3	25
86	1	3	1	1	5	3	3	2	19
87	5	3	1	3	2	3	3	3	23
88	1	5	1	5	5	5	5	5	32
89	1	5	3	2	5	5	3	5	29
90	5	3	3	3	5	5	5	3	32
91	2	5	5	1	1	2	3	2	21
92	2	5	5	1	5	5	5	3	31
93	5	5	1	1	2	3	5	3	25

No	Kualitas Produk								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	5	5	2	5	2	4	3	4	30
2	2	2	1	2	3	2	3	4	19
3	2	2	1	2	2	2	3	3	17
4	2	2	2	2	1	2	3	5	19
5	2	2	4	2	2	2	5	3	22
6	2	3	2	3	2	3	4	4	23
7	2	2	3	2	2	2	4	4	21
8	2	3	2	3	3	3	4	3	23
9	2	2	2	2	3	2	3	3	19
10	2	2	2	2	3	2	5	3	21
11	3	3	2	3	2	3	2	5	23
12	2	2	2	2	2	2	3	4	19
13	2	2	2	2	2	2	4	3	19
14	3	2	2	2	2	2	4	4	21
15	3	3	2	3	2	3	3	4	23
16	4	3	3	2	3	2	3	4	24
17	1	2	1	2	4	2	2	3	17
18	3	3	3	2	4	2	4	2	23
19	3	4	3	2	3	2	2	3	22
20	4	3	3	4	3	4	4	3	28
21	3	3	4	3	5	4	4	2	28
22	3	4	4	3	3	4	4	4	29
23	4	3	4	3	3	4	3	3	27
24	3	4	4	4	4	4	3	3	29
25	5	3	5	4	3	4	5	3	32
26	5	4	5	3	4	4	4	3	32
27	5	4	5	4	3	5	4	5	35
28	4	3	5	4	4	3	3	3	29
29	4	5	5	5	5	5	2	3	34
30	5	3	5	3	2	3	3	3	27
31	5	3	4	3	3	3	3	3	27
32	5	3	3	3	4	4	2	2	26
33	5	3	5	3	2	4	4	2	28
34	5	4	3	4	5	4	4	4	33
35	4	3	4	3	4	4	4	4	30

36	5	3	4	4	4	5	3	3	31
37	5	3	3	3	3	5	2	4	28
38	4	3	4	4	3	4	4	5	31
39	4	3	5	4	4	4	4	3	31
40	2	4	5	4	5	4	3	2	29
41	3	4	4	4	4	4	5	5	33
42	4	4	5	4	5	5	4	4	35
43	4	3	5	4	2	4	4	4	30
44	4	4	3	2	2	4	4	4	27
45	5	4	2	2	4	3	4	5	29
46	4	4	2	2	2	5	4	3	26
47	5	4	3	3	2	3	4	4	28
48	5	4	2	2	2	5	4	3	27
49	5	4	3	3	2	3	3	4	27
50	5	5	2	3	2	5	4	2	28
51	5	4	2	3	2	5	4	5	30
52	3	5	3	3	3	4	4	5	30
53	4	4	4	4	3	4	4	3	30
54	5	4	5	4	4	4	3	2	31
55	5	4	4	4	4	4	4	5	34
56	5	4	5	4	5	4	2	3	32
57	5	4	5	4	4	3	3	2	30
58	4	4	5	3	5	4	3	3	31
59	3	3	3	3	3	4	3	2	24
60	4	4	4	3	4	4	2	4	29
61	4	5	5	5	5	4	4	5	37
62	3	3	3	3	4	5	5	4	30
63	4	4	4	3	4	4	4	3	30
64	4	5	4	4	5	4	3	3	32
65	3	3	4	5	4	4	3	4	30
66	3	5	3	4	4	2	3	4	28
67	4	5	5	4	5	5	4	3	35
68	4	4	4	5	3	4	3	4	31
69	3	4	4	4	2	3	4	4	28
70	4	4	4	4	4	2	4	5	31
71	4	5	5	3	4	2	3	4	30
72	3	3	4	4	4	3	5	3	29

73	3	3	2	2	2	2	4	4	22
74	3	2	2	3	2	4	4	4	24
75	3	3	2	3	2	4	4	4	25
76	4	2	3	2	4	4	4	4	27
77	4	2	3	2	4	3	4	4	26
78	4	1	1	5	4	4	4	4	27
79	3	1	2	4	3	3	5	4	25
80	4	1	2	3	3	4	4	2	23
81	3	2	2	4	2	2	4	4	23
82	4	1	2	4	3	3	4	4	25
83	4	2	1	2	3	3	4	4	23
84	3	3	3	3	5	3	4	3	27
85	4	2	5	4	3	4	5	3	30
86	4	4	3	4	4	3	4	3	29
87	3	4	4	4	5	4	4	4	32
88	3	4	4	4	3	3	3	3	27
89	4	3	3	4	5	3	3	3	28
90	3	4	4	4	5	3	3	3	29
91	3	4	5	4	4	4	3	3	30
92	4	4	3	3	4	3	3	4	28
93	3	4	2	4	4	3	3	3	26

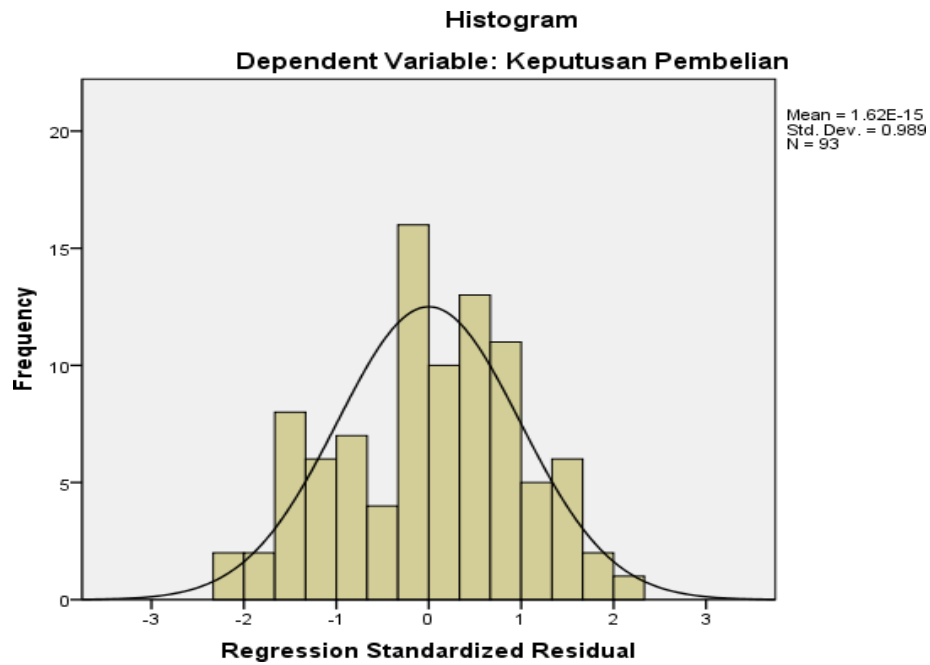
No	Keputusan Pembelian										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	44
2	3	3	4	3	5	3	5	5	3	5	39
3	3	4	2	2	1	1	2	3	5	5	28
4	5	4	1	2	3	4	4	5	5	4	37
5	5	3	3	3	5	5	2	2	2	3	33
6	3	3	5	5	3	3	2	2	3	5	34
7	2	5	4	3	3	4	2	2	2	4	31
8	2	4	3	5	3	3	5	2	2	3	32
9	3	4	4	3	5	3	4	3	3	5	37
10	5	3	4	5	5	3	2	2	2	3	34
11	5	3	1	1	2	2	1	2	2	5	24
12	5	3	1	1	2	1	3	3	2	4	25
13	4	3	2	1	2	1	2	3	3	5	26
14	5	3	3	5	1	4	4	2	2	5	34
15	3	3	2	1	1	1	3	4	4	5	27
16	3	5	3	5	5	3	5	4	5	1	39
17	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	40
18	5	5	4	4	3	5	3	5	3	5	42
19	4	4	5	4	5	5	5	5	3	5	45
20	3	4	4	4	3	5	3	5	3	5	39
21	3	3	4	2	5	3	5	5	4	3	37
22	3	4	4	4	5	5	4	3	4	5	41
23	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3	40
24	5	3	3	5	5	5	5	4	4	5	44
25	5	3	4	5	5	5	5	2	4	5	43
26	3	3	3	5	4	3	3	4	5	5	38
27	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	41
28	3	4	2	4	3	4	5	4	5	5	39
29	4	4	5	4	3	5	3	4	5	5	42
30	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	30
31	2	3	3	3	2	5	4	3	3	5	33
32	4	3	3	5	3	3	4	2	1	5	33
33	3	3	5	5	2	3	3	2	5	5	36
34	3	3	5	3	3	5	5	5	5	5	42
35	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	44

36	4	3	3	5	3	5	5	4	4	5	41
37	3	4	5	5	3	5	5	4	4	5	43
38	3	5	5	5	3	5	5	3	5	5	44
39	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	46
40	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	46
41	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
42	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	46
43	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	43
44	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
45	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4	43
46	4	4	5	3	3	4	2	1	3	3	32
47	3	3	3	3	5	4	4	5	3	5	38
48	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	38
49	4	5	5	5	5	4	3	1	3	5	40
50	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	37
51	3	5	3	5	4	4	5	4	5	5	43
52	5	5	4	4	3	5	4	3	5	5	43
53	5	5	4	4	3	4	1	2	5	4	37
54	5	5	2	2	3	4	5	3	5	5	39
55	5	5	3	3	3	2	4	4	3	4	36
56	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	45
57	5	5	3	4	5	4	3	5	4	4	42
58	5	5	4	4	2	5	5	5	4	4	43
59	5	5	5	5	2	5	5	2	4	4	42
60	5	5	4	4	4	4	2	2	5	4	39
61	5	5	5	5	4	3	4	4	3	5	43
62	4	4	4	5	4	5	3	5	3	1	38
63	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	46
64	5	3	3	3	4	5	5	5	3	4	40
65	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	33
66	5	3	3	4	3	3	4	5	5	3	38
67	3	4	4	3	4	5	3	1	3	3	33
68	4	3	4	4	3	5	3	3	5	4	38
69	4	4	3	3	3	4	3	5	3	4	36
70	3	3	4	3	4	3	5	5	3	3	36
71	5	3	3	3	3	3	5	5	5	1	36
72	5	3	2	5	3	3	4	3	5	5	38

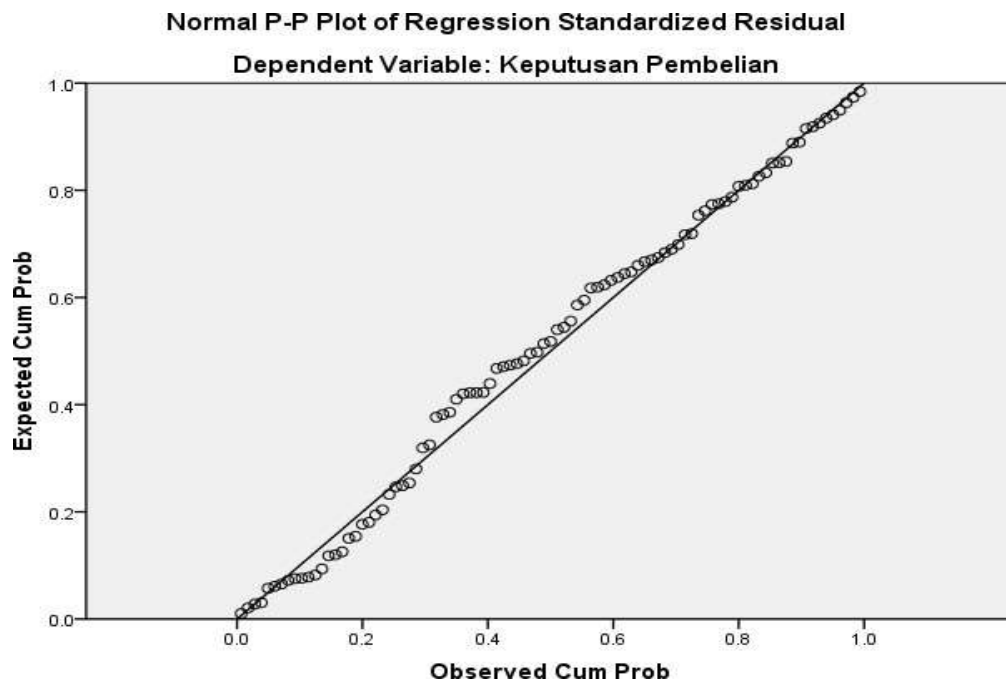
73	5	4	3	3	4	3	4	5	4	3	38
74	3	4	3	5	4	5	3	3	4	3	37
75	5	3	4	3	4	2	3	3	3	1	31
76	3	4	3	5	5	3	5	3	5	5	41
77	4	3	5	3	3	4	5	3	3	5	38
78	4	5	5	3	3	5	5	5	5	3	43
79	4	5	3	5	3	3	5	5	5	5	43
80	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	45
81	3	3	5	5	3	4	3	5	5	3	39
82	3	5	3	3	3	5	3	3	5	5	38
83	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	44
84	3	5	5	3	4	5	3	3	5	5	41
85	3	5	3	5	5	5	5	3	3	5	42
86	3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	38
87	5	5	3	3	4	5	5	5	5	3	43
88	5	3	5	5	5	4	5	3	5	5	45
89	5	3	4	5	5	5	4	3	3	3	40
90	5	3	3	3	3	4	5	1	3	3	33
91	5	5	3	4	4	4	5	4	3	5	42
92	3	3	3	4	5	4	3	2	4	3	34
93	5	3	5	3	3	5	3	4	3	4	38

Lampiran 10 : Hasil Uji Normalitas

Grafik Histogram



Grafik Normal Probability Plot of Regression



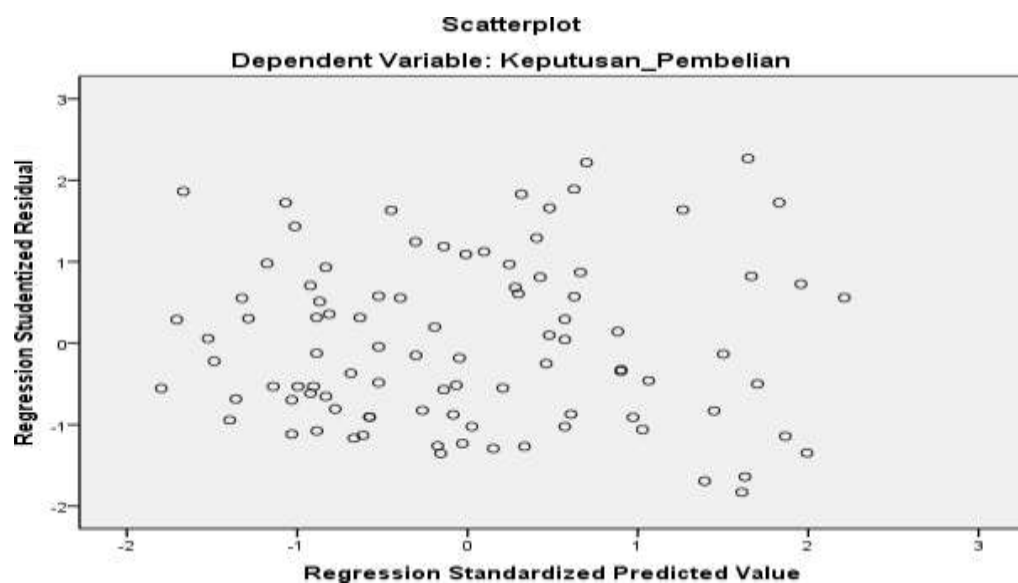
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.02533849
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.049
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.627
Asymp. Sig. (2-tailed)		.826

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 11 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot



Lampiran 12 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.374	.360	4.070

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	888.862	2	444.431	26.832	.000 ^a
Residual	1490.708	90	16.563		
Total	2379.570	92			

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	43.846	4.896		8.956	.000		
Harga	-.453	.093	-.471	-4.873	.000	.745	1.343
Kualitas Produk	.257	.114	.218	2.258	.026	.745	1.343

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Fanny Christianty
Tempat / Tanggal Lahir	: Jakarta, 23 Desember 1998
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Ternak no. 37, Polonia Medan
Alamat E-mail	: fanny.christianty.fc@gmail.com
Agama	: Kristen protestan
Status	: Belum Menikah
Handphone (HP)	: 081370236534

RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| 1. Tahun 2005 s/d Tahun 2011 | : SD METHODIST-4 Polonia Medan |
| 2. Tahun 2011 s/d Tahun 2014 | : SMP METHODIST-4 Polonia Medan |
| 3. Tahun 2014 s/d Tahun 2017 | : SMA METHODIST-4 Polonia Medan |
| 4. Tahun 2017 s/d Tahun 2021 | : STIE Eka Prasetya |

RIWAYAT PEKERJAAN

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| 1. Tahun 2018 s/d Tahun 2019 | : Toko Indah Motor, jl. Merbabu |
|------------------------------|---------------------------------|

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Johan Fajar
Pekerjaan	: Wiraswasta
Handphone (HP)	: 081364309290
Alamat	: Jl. Ternak no.37, Polonia Medan
Nama Ibu	: Merryana Christianingsih
Pekerjaan	: Ibu rumah tangga
Handphone (HP)	: 085373439812
Alamat	: Jl. Ternak no.37, Polonia Medan

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 09 Juni 2021

Penulis



Fanny Christianty



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : ekaprasetya@eka-prasetya.ac.id

Medan, 24 Maret 2021

Nomor : 1599/R/STIE-EP/III/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Primebatiq
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Fanny Christianty
NIM	: 171010077
Semester	: VIII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Primebatiq

Untuk mengadakan peninjauan ke Primebatiq yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



PRIME BATIQ EXCLUSIVE

Jalan Bridjend Katamso Gg Perbatasan No 3 - Medan, Sumatera Utara
Telp : (+62) 61 - 42777265

Perihal : Surat Izin Penelitian

Kepada Yth,
Ketua STIE Eka Prasetya
Di Tempat,

Dengan Hormat,

Berdasarkan permohonan izin yang telah kami terima dari saudari Fanny Christianty selaku mahasiswi dari STIE Eka Prasetya guna menyelesaikan tugas akhir penelitian perkuliahan dengan judul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Primebatiq."

Adalah benar telah di berikan izin untuk melakukan dan menyelesaikan penelitian. Selama melaksanakan penelitian, Saudari Fanny Christianty mengikuti seluruh kebijakan yang telah di tetapkan dengan baik.

Maka dari itu, demikian surat izin penelitian ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 19 April 2021

PRIME BATIQ

Lily Nursalim Purnama
Owner



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN ARTIKEL
ILMIAH



Nama Mahasiswa : Fanny Christanty
NIM : 17100077
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran Kelas : Pemasaran A
Nomor HP, No. WA : 0813 7023 6534 Email : fanny.christanty.17@gmail.com
Alamat Tinggal : Jl. Ternak No. 37 Polonia.

Dosen Pembimbing Tugas Akhir :

TTD :

Ka. Prodi		Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II	Mahasiswa
Idhama Agustina, S.E., M.M.		Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.	Muhammad. Ali Akbar, S.E., M.M.	Fanny Christanty
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan		Paraf Dosen Pembimbing
				II
1	28/12/2020	Revisi judul		
2	30/1/2021	Revisi judul		Agus
3	8/2/2021	- Tambahkan kerangka BAB I sebelum masuk ke profil Primebank.		Agus
4				
5		- Identifikasi masalah diperbaiki		
6		- BAB II tolong tambahkan teori-teori tentang variabel.		
7				
8		- Tentukan Teknik Sampling		
9				
10	10-2-21	Perbaiki data bab I, tambah literatur		
11		bab 2 & robah populasi & sampel		
12	11-2-2021	- perubahan jumlah populasi		Agus
13	16-2-2021	Acc Semprom		Agus
14	17-2-2021	Siapkan referensi Bab II & Bab III		
15		Daftar pustaka Pakai Mendeley		
16	18-2-2021	Tanya jawab (Bimbingan)		
17		Acc Semprom		
18	1/3-2021	acc senarai		Agus
19	2/3/21	Bimbingan setelah Semprom (Perubahan judul).		
20				
21		Acc Semprom ulangan (BTJ)		
22	20/4/21	Acc kuesioner		Agus
23	30-4-21	Revisi kuesioner		
24	3-5-21	Acc kuesioner		
25	20-5/21	Acc Bab 4		Agus

Seminar Proposal: Minimal 5 (Lima) kali bimbingan untuk setiap Dosen Pembimbing
Meja Hijau: Minimal 10 (Sepuluh) kali bimbingan untuk setiap Dosen Pembimbing



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Fanny Christiany
NIM : 171010077
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Senin, 9/3-2020	Cindy Liyana JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Personal Selling dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian Proctordial merek Pampers pada Pp. Sinar Bakti Jaya Mawar	161010041	
2	Senin, 9/3-2020	Hendra JUDUL PROPOSAL: Pengaruh inovasi dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian Pada CV. BERTAN DENTAL LABORATORIUM	161010122	
3	Senin, 9/3-2020	Nathania Livia JUDUL PROPOSAL: Analisis Brand Image dan asosiasi merek yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Probuc charte int. kepta di center Point Mall Medan.	161010020	
4	Rabu, 18/3-2020	Marcellina JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Promosi Penjualan dan Personal Selling terhadap minat beli merek pada motor Honda Beat Esp pada PT. Aksara Motor	161010025	
5	Rabu, 18/3-2020	Rudiyanto JUDUL PROPOSAL: pengaruh Citra merek dan personal Selling terhadap keputusan pembelian (akuen merek Unikitz pada PT. Unikitz Bersatu Group Medan.	161010138	
6	Rabu, 18/3-2020	Natasha JUDUL PROPOSAL: Pengaruh asosiasi merek dan experiential Marketing terhadap keputusan pembelian air minum merek Aqua pada toko ACC NESTKA Medan.	161010032	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan,20....
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.