

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Data

Peneliti telah meenyebarkan kuesioner yang di buat melalui *google form* dan menyebarkan kuesioner kepada pengguna Xiaomi di Kota Jakarta. Data dikumpulkan melalui penggunaan beberapa pernyataan dalam survei pendapat yang disebarkan melalui grup Line dan forum Xiaomi. Selain itu, data juga dikumpulkan melalui pesan WhatsApp kepada teman dan kolega yang menggunakan smartphone Xiaomi dan berlokasi di Jakarta. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data langsung dari responden sesuai dengan objek pemeriksaan yang ditetapkan. Eksplorasi data dilakukan dengan memberikan nilai atau skor pada setiap pernyataan menggunakan skala Likert. Selama proses pengumpulan data, tidak ada data yang hilang (*missing data*), semua kuesioner telah diisi dengan benar dan tidak ada yang kosong. Total responden yang dibutuhkan untuk skala penelitian yang dilakukan adalah 138 berdasarkan perhitungan jumlah indikator $(23) \times 6 = 138$.

4.2 Karakteristik Responden

Pada bagian ini peneliti akan mengkategorikan sampel yang menuhi kriteria kedalam karakteristik yang berbeda dengan total 138 responden.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin

	Jumlah Responden	Presentase
Laki Laki	68	49.3%
Perempuan	70	50.7%
Jumlah	138	100%

Sumber: Olah Data Peneliti

Dari hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti diata bisa dilihat responden laki laki memiliki jumlah responden 68 orang (49,3%) dan responden perempuan memiliki jumlah responden 70 orang (50.7%) dengan total 138 responden (100%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden yang menggunakan smartphone lebih banyak/dominan berjenis perempuan dari pada laki laki yaitu sebanyak 70 orang.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Usia

	Jumlah Responden	Presentase
18 - 20 Tahun	23	16.7%
21 - 30 Tahun	62	44.9%
31 – 40 Tahun	43	31.2%
Di atas 40 Tahun	10	7.2%
Jumlah	138	100%

Sumber: Olah Data Peneliti

Dari hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti diata bisa dilihat responden yang meiliki umur 18 - 20 tahun memiliki jumlah responden 23 orang (16.7%), responden yang memiliki umur 21- 30 tahun memiliki jumlah responden 62 orang (44.9%), responden yang memiliki umur 31- 40 tahun memiliki jumlah responden 43 orang (31.2%) dan responden yang memiliki umur di atas 40 tahun memiliki jumlah responden 10 orang (7.2%) dengan total 138 responden (100%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa orang yang memakai smartphone Xiaomi lebih banyak/dominan orang berusia 21-30 tahun yaitu sebanyak 62 orang.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Tabel 4. 3 Lama Penggunaan

	Jumlah Responden	Presentase
Di bawah 1 Tahun	13	9.4%
1 - 2 Tahun	41	29.7%
3 – 4 Tahun	57	41.3%
Di atas 4 Tahun	27	19.6%
Jumlah	138	100%

Sumber: Olah Data Peneliti

Dari hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti di atas bisa dilihat responden yang menggunakan smartphone Xiaomi di bawah 1 tahun memiliki jumlah responden 13 orang (9.4%), responden yang menggunakan smartphone Xiaomi 1 tahun sampai 2 tahun memiliki jumlah responden 41 orang (29.7%), responden yang menggunakan smartphone Xiaomi 2 tahun sampai 3 tahun memiliki jumlah responden 57 orang (41.3%) dan responden yang menggunakan smartphone Xiaomi di atas 4 tahun memiliki jumlah responden 27 orang (19.6%) dengan total 138 responden (100%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa orang yang memakai smartphone Xiaomi lebih banyak/dominan masa penggunaannya pada kisaran 3 sampai 4 tahun yaitu sebanyak 57 orang.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2018) Analisis statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan keadaan data saat mengumpulkan jawaban responden. Tujuannya adalah untuk memberikan deskripsi yang jelas tentang data yang diamati. Dalam analisis statistik deskriptif, kita menggunakan beberapa ukuran statistik seperti mean (rata-rata), median (nilai tengah), maksimum, minimum, dan standard deviation (simpangan baku). Melalui analisis ini, kita dapat menggambarkan dan

mendeskripsikan data berdasarkan jawaban responden pada setiap indikator yang mengukur variabel yang diteliti.

Berikut merupakan hasil data deskriptif dari penelitian ini:

Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_1	138	1	4	3.19	0.52
X1_2	138	2	4	3.36	0.524
X1_3	138	1	4	3.35	0.549
X1_4	138	2	4	3.2	0.542
X1_5	138	2	4	3.34	0.533
X1_6	138	2	4	3.33	0.582
X1_7	138	2	4	3.32	0.592
X1_8	138	1	4	3.28	0.589
X1	138	19	32	26.36	2.574
X2_1	138	2	4	3.49	0.57
X2_2	138	2	4	3.36	0.538
X2_3	138	2	4	3.33	0.569
X2_4	138	2	4	3.32	0.553
X2_5	138	2	4	3.36	0.551
X2_6	138	2	4	3.36	0.553
X2_7	138	2	4	3.4	0.534
X2_8	138	2	4	3.37	0.514
X2	138	16	32	26.97	2.739
Y1	138	2	4	3.57	0.54
Y2	138	2	4	3.22	0.567
Y3	138	2	4	3.33	0.556
Y4	138	2	4	3.25	0.564
Y5	138	2	4	3.44	0.527
Y6	138	2	4	3.31	0.589
Y7	138	2	4	3.34	0.547
Y	138	16	28	23.46	2.541
Valid N (listwise)	138				

Sumber: Olah Data Peneliti

Berdasarkan Tabel 4.3, peneliti dapat menggambarkan karakteristik data yang dikumpulkan dari 138 responden. Data pada variabel Kualitas Produk (X1) memiliki rentang nilai antara 19 hingga 32, dengan rata-rata sebesar 26.36 dan standar deviasi sebesar 2.574. Variabel Harga (X2) memiliki rentang nilai antara 16 hingga 32, dengan rata-rata sebesar 26.97 dan standar deviasi sebesar 2.739. Sedangkan variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki rentang nilai antara 16 hingga 28, dengan rata-rata sebesar 23.46 dan standar deviasi sebesar 2.541. Informasi ini memberikan gambaran yang jelas tentang keadaan data yang diperoleh dari responden pada masing-masing variabel yang diteliti.

4.4 Uji Instrumen

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dipakai untuk menilai ketepatan alat ukur yang digunakan untuk mengkorelasikan skor setiap jawaban menurut (Sugiyono, 2022) adalah derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut valid.
- Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

Rumus untuk mencari R tabel adalah $df = N - 2 = 138 - 2 = 136$ dengan nilai r tabel 0.1672

Tabel 4. 5 Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk

Item Pernyataan	Nilai r Tabel	Nilai r Hitung	Keterangan
X1_1	0.1672	0.435	Valid
X1_2	0.1672	0.501	Valid
X1_3	0.1672	0.475	Valid
X1_4	0.1672	0.69	Valid
X1_5	0.1672	0.613	Valid

X1_6	0.1672	0.595	Valid
X1_7	0.1672	0.61	Valid
X1_8	0.1672	0.705	Valid

Sumber: Olah Data Peneliti

Tabel 4.5 membuktikan bahwa semua item pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner mengenai variabel kualitas produk adalah valid.

Tabel 4. 6 Pengujian Validitas Variabel Harga

Item Pernyataan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
X2_1	0.1672	0.678	Valid
X2_2	0.1672	0.627	Valid
X2_3	0.1672	0.625	Valid
X2_4	0.1672	0.589	Valid
X2_5	0.1672	0.621	Valid
X2_6	0.1672	0.648	Valid
X2_7	0.1672	0.622	Valid
X2_8	0.1672	0.589	Valid

Sumber: Olah Data Peneliti

Tabel 4.6 membuktikan bahwa semua item pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner mengenai variabel harga adalah valid.

Tabel 4. 7 Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
Y1	0.1672	0.667	Valid
Y2	0.1672	0.719	Valid
Y3	0.1672	0.643	Valid
Y4	0.1672	0.68	Valid
Y5	0.1672	0.666	Valid
Y6	0.1672	0.514	Valid
Y7	0.1672	0.691	Valid

Sumber: Olah Data Peneliti

Tabel 4.7 membuktikan bahwa semua item pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner mengenai variabel keputusan pembelian adalah valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

(Sugiyono, 2022) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuisisioner dikaitkan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Alat untuk mengukur reabilitas adalah Cronbach's Alpha. Setelah perhitungan koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* (α), nilai tersebut akan dibandingkan dengan standar koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* yang dianggap dapat menunjukkan reliabilitas instrumen yang digunakan.

Hasil $\alpha > 0,70$ = reliabel atau konsisten.

Hasil $\alpha < 0,70$ = tidak reliabel atau tidak konsisten

Tabel 4. 8 Uji Reabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
X1	0.718	Reliabel
X2	0.775	Reliabel
Y	0.775	Reliabel

Sumber: Olah Data Peneliti

Berdasarkan hasil olah data pada tabel di atas, Variabel dicantumkan dengan nilai $> 0,7$ di setiap item, maka dapat dikatakan bahwa kuesioner yang diuji sangat reliabel atau konsisten.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji analisis regresi berganda sebuah penelitian harus terlebih dahulu lolos uji asumsi klasik. Yang termasuk dalam uji asumsi klasik ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

4.5.1 Uji Normalitas

Analisis Statistik ini menggunakan metode uji *Sample Kolmogorov-Smirnov*, digunakan untuk mengetahui apakah sebaran data berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.37224529
Most Extreme Differences	Absolute	0.046
	Positive	0.046
	Negative	-0.044
Test Statistic		0.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Olah Data Peneliti

Berdasarkan hasil olah data pada tabel di atas, dapat dilihat bahwasanya nilai signifikansi Asymp,Sig (2-tailed) memiliki hasil sebesar 0,200 yang mana lebih besar dari 0,05. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi Normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi adanya hubungan linier antara variabel independen. *Variance Inflation Factor* (VIF) atau toleransi dapat digunakan untuk mengidentifikasi tanda-tanda adanya multikolinearitas

dalam model penelitian. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai $VIF < 10,00$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$ Ghozali (2018)

Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			<i>Tolerance</i>	VIF
1	(Constant)	0.009	1.301		0.007	0.994		
	X1	0.464	0.062	0.470	7.420	0.000	0.540	1.853
	X2	0.416	0.059	0.449	7.094	0.000	0.540	1.853

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel di atas memperlihatkan hasil dari masing-masing variabel yaitu:

1. Kualitas Produk (X1) dengan nilai *Tolerance*: $0,540 > 0,1$ dan nilai VIF $1,853 < 10$
2. Harga (X2) dengan nilai *Tolerance*: $0,540 > 0,1$ dan nilai VIF $1,853 < 10$

Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel, yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), tidak menunjukkan adanya masalah multikolinearitas. Hal ini didasarkan pada nilai *Tolerance* yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan linear yang kuat antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), dan keduanya dapat digunakan dalam model regresi tanpa adanya masalah multikolinearitas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain.

Didalam uji ini untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas, peneliti akan dengan menggunakan uji *Glejser* dimana apabila nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. 11 Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.095	0.749		2.798	0.006
	X1	-0.062	0.036	-0.199	-1.717	0.088
	X2	0.024	0.034	0.082	0.706	0.482

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Olah Data Peneliti

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji *Glejser*, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel bebas (X1) sebesar 0.088 dan (X2) sebesar 0.482. Kedua nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2022) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya).

Tabel 4. 12 Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.009	1.301		0.007	0.994
	X1	0.464	0.062	0.470	7.420	0.000
	X2	0.416	0.059	0.449	7.094	0.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data Peneliti

$$Y = 0.009 + 0.464 X_1 + 0.416 X_2 + e$$

-) Nilai konstanta sebesar 0.009 menunjukkan jika variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) bernilai 0 (nol) maka variabel Keputusan Pembelian (Y) akan memiliki nilai sebesar 0.009.
-) Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) adalah sebesar 0.464 dan bernilai positif yang menunjukkan setiap kenaikan 1% Kualitas Produk (X1) maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 46.4%.
-) Nilai koefisien regresi variabel Harga (X2) adalah sebesar 0.416 dan bernilai positif yang menunjukkan setiap kenaikan 1% Harga (X2) maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 41.6%.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2018).

Ketentuan Uji F menurut Ghozali adalah:

-) Jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
-) Jika nilai signifikan $F > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat

Tabel 4. 13 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	626.260	2	313.130	163.861	.000 ^b
	Residual	257.979	135	1.911		
	Total	884.239	137			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X1, X2						

Sumber: Olah Data Peneliti

Dari output terlihat bahwa F hitung sebesar 163.861 > dari F tabel 3.06 dengan tingkat signifikansi/probabilitas $0.000 < 0.05$ disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Selain itu, karena model regresi tersebut valid dan variabel independen berpengaruh signifikan, maka model ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan menggunakan variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2).

4.7.2 Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar

pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yang di uji pada tingkat signifikansi = 0,05 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kemelesetan 5%. Jika nilai probability t lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 14 Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.009	1.301		0.007	0.994
	X1	0.464	0.062	0.470	7.420	0.000
	X2	0.416	0.059	0.449	7.094	0.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data Peneliti

Hipotesis:

H_0 : Kualitas Produk dan Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

H_a : Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Kriteria penerimaan H_0 apabila signifikansi > alpha 0.05.

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 7.420 > lebih besar dari t tabel 1.978 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05) yang berarti menolak H_0 dan menerima H_a atau dapat diartikan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
2. Variabel Harga (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 7.094 > lebih besar dari t tabel 1.978 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (<

0.05) menolak H_0 dan menerima H_a atau dapat diartikan bahwa secara parsial variabel Harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

4.7.3 Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi bertujuan untuk melihat presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dengan 1. Jika nilai koefisien determinasi (R^2) yang semakin tinggi berarti kemampuan variabel-variabel bebas hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk variabel-variabel terikat. Berikut hasil dari uji R^2 :

Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	0.708	0.704	1.382
a. Predictors: (Constant), X1, X2				

Sumber: Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel di atas nilai R^2 pada penelitian ini adalah 0.708. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0.708 atau 70,8%. Hal ini masih belum lengkap karena masih terdapat selisih 29.2% yang dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t pada tabel Kualitas Produk, ditemukan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yang berarti menolak H_0

dan menerima H_a . Hasil olah penelitian menyimpulkan bahwasanya kualitas produk memiliki pengaruh yang kuat pada keputusan pembelian.

Kesimpulan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (M. A. Nasution, 2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian secara positif signifikan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilaksanakan oleh (Pramuditha, 2021), (Aghitsni & Busyra, 2022), (Ah'sani & Purnomo, 2022) dan (Rijadi & Hidayat, 2019) yang menyatakan pernyataan yang serupa bahwasanya kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian secara positif signifikan. Jadi menurut ahli, kualitas sangat erat pada suatu produk sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan membeli atau tidak produk yang ditawarkan.

Maka dari itu, penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk meningkatkan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai yang positif yang berarti jika kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian juga meningkat, sehingga perusahaan perlu mengetahui faktor kualitas produk sehingga nantinya keputusan pembelian diharapkan dapat dipertahankan.

4.8.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t pada tabel Kualitas Produk, ditemukan bahwa variabel Harga (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yang berarti menolak H_0 dan menerima H_a . Hasil olah penelitian menyimpulkan bahwasanya harga memiliki pengaruh yang kuat pada keputusan pembelian.

Kesimpulan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh oleh (Amalia, 2019) yang menyatakan bahwasanya harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pernyataan tersebut didukung oleh (Nurliati & Mardian, 2021) dan (Tobing & Setiawan, 2020) yang menyimpulkan pernyataan serupa bahwasanya harga memiliki pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Jadi

kesimpulan yang didapat adalah Harga terbaik akan mendorong keputusan pembelian lebih tinggi.

Berdasarkan penelitian ini saran bagi perusahaan untuk tetap dapat memberikan harga yang terbaik namun tetap kompetitif unujuk dapat tetap meningkatkan keputusan pembelian dan supaya selalu mempertahankan kualitas harga yang ditawarkan kepada konsumen selama ini.

