

## Analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Muh. Tahir

Universitas Muhammadiyah, Mamuju, Indonesia.

### Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju dan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju. Teknik Pengumpulan Data melalui Observasi, Wawancara, Studi Kepustakaan dan kuesioner. Uji Validitas dan Reliabilitas, Analisis regresi linear berganda, uji F dan Uji T. Berdasarkan dari hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian Decoder merk Nex Parabola maka dapat ditarik hasil analisisnya antara lain sebagai berikut :1. Harga berpengaruh berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju, 2. Kualitas produk berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju, 3. Harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju.

**Kata kunci:** Harga; kualitas produk; pembelian

### *Analysis of the effect of price and product quality on purchasing decisions*

#### *Abstract*

*The aim of the study was to determine whether price and product quality partially influence the purchasing decision of the nex parabola brand decoder in Bonda Village, Papalang District, Mamuju District and to determine whether price and product quality simultaneously influence the purchasing decision of the nex parabola brand decoder in Bonda Village, Papalang District, Mamuju Regency. Data collection techniques through observation, interviews, literature studies and questionnaires. Validity and Reliability Test, Multiple linear regression analysis, F test and T test. Based on the results of research data analysis that has been carried out on the effect of price and product quality on purchasing decisions of the Nex Parabola brand decoder, the results of the analysis can be drawn as follows: 1. Price has no significant effect on the purchase decision of the nex parabola brand decoder in Bonda Village, Papalang District, Mamuju Regency, 2. Product quality has an effect but not significantly on the purchasing decision of the nex parabola brand decoder in Bonda Village, Papalang District, Mamuju Regency, 3. Price and product quality have an effect simultaneously on the purchase decision of the nex parabola brand decoder in Bonda Village, Papalang District, Mamuju Regency.*

**Keywords:** Price; product quality; purchase

## PENDAHULUAN

Perkembangan dan pertumbuhan dunia usaha dengan kompleksitas dan persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini menuntut setiap perusahaan untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada, baik dalam bidang produksi, sumber daya manusia, keuangan, dan pemasaran agar mampu bersaing dalam pasaran domestik maupun mancanegara, sehingga dapat terus mempertahankan kelangsungan usaha dan mendapatkan keuntungan atau bahkan bisa mengembangkan usaha menjadi lebih besar lagi.

Hampir di tiap-tiap daerah, kita bisa dengan mudah menemui perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnisnya, baik itu di daerah kota-kota besar, kota kecil, bahkan di daerah kecamatan dan di pedesaan, mulai dari perusahaan besar yang terus melebarkan jaring bisnis mereka, hingga pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang cukup banyak jumlahnya. Perusahaan-perusahaan dengan konsep dan produk baru terus bermunculan dan diperkirakan akan terus meningkat dari tahun ke tahun.

Menurut Wikipedia ([www.nexparabola.co.id](http://www.nexparabola.co.id)) dalam sejarah nex media, Sejak September 2019 Nex parabola muncul ditengah masyarakat. Nex parabola sudah memiliki banyak sekali pengguna. Menurut Ceo Nex parabola, Junus Koswara, dalam kurun waktu 3 tahun pengguna receiver Nex parabola sudah mencapai 2 juta pelanggan diseluruh Indonesia.

Sehubungan dengan harga yang ada pada Decoder Merk Nex Parabola ini sudah dapat dikatakan terjangkau oleh masyarakat pada umumnya sehingga sudah banyak diminati oleh konsumen. Harga suatu produk merupakan nilai keseluruhan dari penawaran termasuk nilai dari semua bahan mentah dan jasa yang dipakai untuk membuat suatu penawaran. Pada dasarnya konsumen membeli produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga kualitas suatu produk dan manfaat dari produk tersebut. Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep produk menyatakan konsumen akan lebih menyukai produk yang ditawarkan lebih bermutu.

Kualitas adalah kesesuaian untuk penggunaan (fitness for use). Dengan kata lain, suatu produk (barang atau jasa) hendaklah sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh penggunanya. Dijelaskan pula bahwa kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan atau standar yang telah ditentukan. Dengan kata lain, suatu produk dianggap berkualitas jika spesifikasinya sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Kendala yang dihadapi oleh masyarakat dalam melakukan pembelian suatu produk adalah apakah masyarakat sudah mampu menilai apakah kualitas yang di cari sudah memiliki kualitas yang baik atau mala sebaliknya. Dan kendala yang lain adalah harga yang lebih murah yang apakah dapat dikatakan berkualitas dari merk Decoder lain atau malah sebaliknya.

Keputusan dalam membeli sebuah barang yang sudah cukup terkenal di zaman ini memang begitu banyak hal yang harus dipertimbangkan contohnya dalam pembelian Decoder nex parabola, karena menurut pengamatan yang saya lakukan nex parabola merupakan Decoder pilihan terbanyak kedua yang diminati oleh masyarakat yang ada di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju merupakan desa yang jauh dari perkotaan maka dari itu masyarakat harus mempertimbangkan dalam membeli sebuah produk khususnya Decoder. hal itu yang memunculkan pertanyaan alasan mengapa masyarakat lebih memilih Decoder merk nex parabola.

### Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran atau marketing management secara umum diartikan sebagai analisis perencanaan, implementasi, dan mengendalikan semua program-program yang di desain untuk menciptakan dan membangun serta menjaga pertukaran yang menguntungkan untuk mencapai tujuan perusaan yang sudah direncanakan.

Manajemen pemasaran juga bertugas mengukur dan menganalisis strategi proses pemasaran suatu perusahaan maupun organisasi. Manajemen pemasaran sangat bertugas penting dalam perusahaan atau suatu organisasi, karena dengan adanya manajemen pemasaran perusahaan dapat meraih target pasar yang di inginkan dan mendapat lebih banyak keuntungan.

Menurut Handoko (2012:8) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha – usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-umber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Menurut G. R Terry (2018:2) yang dialih bahasakan oleh R. Supomo dan Eti Nurhayati adalah “ manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan,

pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukakan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3) pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan. Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi produk barang dan jasa.

Menurut Sofjan Assauri (2013) manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.

### **Harga**

Harga adalah hal yang sangat penting dalam memasarkan sebuah produk. Harga adalah nilai tukar yang biasa disamakan dengan uang. harga sendiri berarti senilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibeli. Harga umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. dalam pemasaran harga merupakan bagian yang sangat penting karena merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu harga juga menjadi penentu perusahaan dalam menentukan kelangsungan hidup dan keberhasilan perusahaan.

Menurut Buchari Alma (2014:169) menyatakan bahwa harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Beda halnya dengan menurut Fandy Tjiptono (2015:151) mengemukakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya. Beda halnya dengan Kotler dan Keller (2016:312) menyatakan bahwa “price as the amount of money charged for a product or service, or the sum of values that costumers exchange for benefits of having or using the product service”.

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2013:151) harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam Negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini. Dalam arti yang paling sempit harga (price) adalah jumlah uang yang dibebankan atas sesuatu atau jasa.

### **Kualitas Produk**

Kualitas adalah istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan tingkat kepuasan manusia terhadap sesuatu yang dibutuhkan, diharapkan dan di inginkan di dalam kehidupan. Secara umum kualitas adalah tingkat baik buruknya taraf atau mutu yang terdapat pada suatu produk. Kualitas merupakan salah satu faktor pemuas kebutuhan yang tidak lepas dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Kotler dalam (Roisah & Riana, 2016) menyatakan bahwa “kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilita, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”.

Menurut Kotler dalam (Melyani, 2016) mengatakan “Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (core) produk itu sendiri.

Jadi dari beberapa defenisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas atau mutu suatu produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan tentunya di inginkan oleh konsumen itu sendiri. Dan pengertian lain menyimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah keputusan final yang dimiliki oleh seorang pembeli untuk memilih suatu barang atau jasa yang diinginkan dengan berbagai pertimbangan tertentu. keputusan pembelian merupakan unsur yang melekat pada individu konsumen yang diawali dengan keinginan membeli karena berbagai faaktor yang timbul. dan banyak pengertian keputusan pembelian dibawah ini.

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasan oleh Bob Sabran (2016:184) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap keputusan konsumen yang secara aktual melakukan pembelian produk. Menurut Buchari Alma (2016:96) keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, dan masih banyak lagi keputusan dalam melakukan pembelian produk.

## **METODE**

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah metode yang dilakukan untuk dapat mengumpulkan data dan informasi yang nantinya akan berguna sebagai fakta pendukung dalam memaparkan penelitian. Untuk memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan beberapa metode sebagai berikut:

#### **Observasi**

Pengumpulan data dengan teknik observasi dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian Wawancara (Interview).

#### **Wawancara**

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.

#### **Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan yaitu mempelajari buku-buku literature dan bacaan-bacaan lain yang dapat membantu dalam pemecahan masalah.

#### **Kuesioner**

Metode kuesioner yaitu mengumpulkan data melalui daftar pertanyaan yang telah disiapkan untuk masing-masing responden untuk di jawab secara objektif. yang dimana setiap item soal Maka data yang bersifat kualitatif itu diberi skala sehingga menjadi data-data yang bersifat kuantitatif.kategori yang digunakan berdasarkan skala liker, yang menggunakan 5 alternatif angka skala penelitian dimana respeonden diminta untuk memberikan tanggapan atas pernyataan dengan skala yang telah ditetapkan sebagai berikut:

#### **Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah salah satu kegiatan pengumpulan data kuantitatif dengan melihat dokumen-dokumen yang ada seperti melalui informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, dan tulisan yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. disediakan lima jawaban dengan skor masing-masing. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner bersifat kualitatif.

### **Analisis regresi linear berganda**

Analisis regresi linear berganda adalah suatu persamaan yang menggambarkan pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun formulanya:

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

Dimana:

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- X<sub>1</sub> = Harga
- X<sub>2</sub> = Kualitas Produk
- b = Koefisien Regresi Berganda
- e = Tingkat Kesalahan (error)

### **Pengujian Hipotesis**

Uji simultan atau uji F digunakan agar kita dapat mengetahui pengaruh harga dan kualitas gambar secara simultan terhadap keputusan pembelian. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel pada taraf signifikan 0.05. uji F mempunyai pengaruh yang signifikan apabila F hitung > F tabel dengan nilai probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0.05 (5%).

Pengujian secara parsial digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen yang di uji tingkat signifikan 0,05.

Pengujian terhadap uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung > t tabel dan tingkat signifikannya lebih kecil dari 0,05 (5%)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji validitas

Uji validitas menurut (Santoso, 2011) yaitu menghitung koefisiensi korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Uji validitas dengan metode ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh masing-masing item dengan skor total dari keseluruhan item. Hasil korelasi harus signifikan berdasarkan ukuran statistik. kriteria pengujian yang di gunakan pada instrument tersebut valid dari nilai  $r \geq 0.3081$  (R tabel). Adapun hasil uji validitas dan setiap item penelitian ini masing-masing dapat dilihat sebagai berikut.

### Variabel harga (X1)

**Tabel 1.**  
Hasil uji valitas variabel harga (X1)

Item (indikator)	r hitung	Cut of point	Status
X1. 1	0,617	0,361	Valid
X1. 2	0,706	0,361	Valid
X1. 3	0,653	0,361	Valid
X1. 4	0,572	0,361	Valid
X1. 5	0,642	0,361	Valid

Jika dilihat tabel 1 variabel harga berada di antara 0.617 sampai 0.706. ini menunjukkan bahwa nilai R hitung lebih besar dari 0.361, sehingga dapat dipastikan jika semua pertanyaan pada kuesioner adalah valid sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

### Variabel Kualitas produk (X2)

**Tabel 2.**  
Hasil uji valitas variabel Kualitas produk (X2)

Item (indikator)	r hitung	Cut of point	Status
X2. 1	0,838	0,361	Valid
X2. 2	0,519	0,361	Valid
X2. 3	0,748	0,361	Valid
X2. 4	0,771	0,361	Valid
X2. 5	0,751	0,361	Valid

Jika dilihat tabel 2 variabel harga berada di antara 0.519 sampai 0.838. ini menunjukkan bahwa nilai R hitung lebih besar dari 0.361, jadi dari data diatas dapat dikatakan valid.

### Variabel keputusan pembelian (Y)

**Tabel 3.**  
Hasil uji validitas variabel keputusan pembelian (Y)

Item (indikator)	r hitung	Cut of point	Status
Y1	0,838	0,361	Valid
Y2	0,830	0,361	Valid
Y3	0,818	0,361	Valid
Y4	0,739	0,361	Valid
Y5	0,834	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 3 diperoleh angka korelasi (Rhitung) yang hasilnya lebih besar apabila dibandingkan dengan cut of point yang di isyaratkan sebesar 0,361. Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat di simpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada kuesioner variabel kualitas produk, harga, dan minat beli konsumen dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

### Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui hasil dari uji Reliabilitas dalam penelitian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.**  
Hasil uji Reliabilitas instrument penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of point	Status
Harga (X1)	0.627	0.60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0.796	0.60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.676	0.60	Reliabel

Jika dilihat tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai koefisien reliability yang diukur adalah  $\geq 60$ . Diketahui bahwa variabel X1 sebesar 0.627, X2 sebesar 0.796 dan variabel Y sebesar 0.676. karena seluruh nilai dari Cronbach Alpha semuanya diatas dari 0.60 maka dapat dikatakan reliabel dan dapat ditema.

### Analisis regresi liar berganda

Untuk dapat mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bondakecamatan bonehau kabupaten mamuju, maka digunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program IBM SPSS statistic 26, dapat dilihat datanya seperti dibawah ini.

**Tabel 5.**  
Output hasil uji regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	27.587	7.563		3.648	.001
X1	-.367	.265	-.259	-1.383	.178
X2	.078	.221	.066	.351	.728

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 5 diatas diperoleh rumus regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 27.587 + -367x1 + 0.078x2$$

Dan interpretasi dari regresi diatas adalah sebagai berikut:

Nilai constant sebesar 27.587 menunjukkan bahwa jika variabel harga dan kualitas produk sama dengan nol maka keputusan konsumen dalam membeli Decoder merk nex parabola di Desa Bonda akan menurun;

Nilai (X1) – 367 berarti (X1) sebesar dengan asumsi kualitas dan keputusan pembelian dianggap konstan atau tetap; dan

Nilai (X2) 0.078 berarti apabila kualitas produk (X2) meningkat 1 poin maka keputusan pembelian (Y) mengikuti dengan meningkat sebesar 0.078 atau 0.78%

### Uji parsial dengan T-Test

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel harga terhadap keputusan pembelian diperoleh –1.383 dengan nilai signifikan 0.178, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut tidak signifikan karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih dari 0.05. karena nilai t -1.383 lebih kecil dari t tabel 2.052. maka hipotesis nol (H0) diterima dan hipotesis satu (H1) ditolak. Sehingga harga (X1) memiliki pengaruh tetatapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). jadi berdasarkan keputusan diatas maka hipotesis satu yang menyatakan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju di tolak.

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian diperoleh 0.351 dengan nilai signifikan 0.728, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut tidak signifikan karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih dari 0.05. karena nilai t 0.351 lebih kecil dari t tabel 2.052. maka hipotesis nol (H0) diterima dan hipotesis satu (H1) ditolak. Sehingga kualitas produk (X2) memiliki pengaruh tetatapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). jadi berdasarkan keputusan diatas maka hipotesis satu yang menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju di tolak.

### Uji simultan dengan F-Test (Anovab)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah nilai independen memiliki pengaruh yang signifikan jika dilakukan uji secara bersama-sama. Pada tabel anova dibawah ini dapat dilihat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju secara simultan.

**Tabel 6.**  
Out put uji F

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.226	2	8.113	1.134	.337b
	Residual	193.241	27	7.157		
	Total	209.467	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel 6 diperoleh F hitung sebanyak 1.134 dengan nilai signifikan 0.337. nilai F tabel untuk model regresi linear berganda adalah 3.34. hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0.0337 > 0.05$  dan nilai F hitung  $1.134 > 3.34$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Berdasarkan uji simultan (uji F) dari tabel diatas diketahui F hitung sebesar Jadi harga dan kualitas produk tidak memiliki pengaruh tetapi signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel harga didapatkan harga memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju. Hal ini terlihat dari hasil yang diperoleh t hitung  $-1.134 < t$  tabel 2.052 dengan harga signifikan  $0.178 > 0.05$ . menunjukkan bahwa  $H_1$ : menyatakan bahwa harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju di tolak.

Penelitian ini berdasar pada pendapat Anugra janwar tunis dan sope martina (2006) bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. persepsi konsumen akan harga menurut Fandy Tjiptono (2015:151) mengemukakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya.

### Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil analisis linear berganda variabel kualitas produk bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar  $0.351 >$  nilai t tabel 0.05 dan nilai signifikan  $0.728 < 2.052$ . hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, dan hipotesis yang sebelumnya diterima.

Hasil ini didukung dengan temuan yang dilakukan oleh Iful Anwar (2015) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### SIMPULAN

Berdasarkan sepanjang pembahasan dari hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian Decoder merk Nex Parabola yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu antara lain sebagai berikut:

Harga berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju;  
Kualitas produk berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju; dan  
Harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Decoder merk nex parabola di Desa Bonda Kecamatan Papalang Kabupaten Mamuju.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Nurul. Desember 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Produk Indomie (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Bekasi). *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol 3, No 2
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Andi. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Anwar, Iful. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Pers
- Atmaja Jaka 2018. Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Economica* Vol12, No. 1, April 2018
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Cysara Frans Abdi. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bandar Lampung.
- Fandy Tjiptono, 2015, *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Hadiyati, Rini. 2018. Pengaruh Harga dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Televisi Merk Lg Pada Toko Citra Merk Elektronik Luwuk
- Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. BPFE
- James A.F. Stoner, Management, Prentice / Hall International, Inc., Englewood Cliffs, New York, 1982, halaman 8.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, N. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. edisi 12. jilid 1. terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAI Fath Zumar.
- Maulana, Hendy, H.S. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian DVD Tanaka Di Kabupaten Kapuas Hulu
- Nurdin Arianto dan Giovanni. 2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
- R. Supomo dan Eti Nurhayati. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yrama Widya, Bandung.
- Roisah, Riris dan Dwizna Riana. 2016. "Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen". *Ecodemica*, Vol. IV No.1 April 2016
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Syarfirah, Lisbeth Mananeke Dan Jopie Jorie Rotinsulu, Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. *Jurnal Emba*. Vol. 5 No.2 Juni 2017, 245-255.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran* : Penerbit Andi Yogyakarta.