

## Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kusen Cor Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang

Zainuddin<sup>1</sup>, Kusnanto Dermawan<sup>2</sup>, M. Taufik<sup>3</sup>

STIE Widya Gama Lumajang<sup>123</sup>

Email zainuddin27031998@gmail.com<sup>1</sup>

Email kusnanto.wiga@gmail.com<sup>2</sup>

Email mtaufikwiga@gmail.com<sup>3</sup>

### INFO ARTIKEL

Volume 2

Nomor 3

Bulan Maret

Tahun 2020

Halaman 205-210

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, dan kualitas harga terhadap keputusan pembelian kusen cor di Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 96 konsumen yaitu masyarakat Rojopolo yang melakukan pembelian di perusahaan kusen cor di Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dengan jumlah 60 responden dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah random sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif analisis regresi linier berganda uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Hasil koefisien determinasi R<sup>2</sup> menunjukkan sebanyak 19,1% keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya 80,1% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini adalah lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian**

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of product quality, and price quality on the purchase decision of cast frames in the Village of Rojopolo, District of Jatiroto, Lumajang Regency. The population in this study were 96 consumers, namely the Rojopolo community who made purchases at the cast frame company in Rojopolo Village, Jatiroto District, Lumajang Regency. This population is heterogeneous which can be seen from the diversity of ages with the number of 60 respondents with the sampling technique in this study is random sampling. This research uses descriptive analysis method of multiple linear regression analysis of hypothesis testing. The results of this study indicate that partially product quality and price influence purchasing decisions. Simultaneously the product quality and price have a significant positive effect on purchasing decisions in Rojopolo Village, Jatiroto District, Lumajang Regency. The results of the coefficient of determination R<sup>2</sup> show that as much as 19.1% of consumer purchasing decisions can be explained by product quality and price variables, while the remaining 80.1% of consumer purchasing decisions are influenced by other variables not examined in this study. Variables not examined in this study are location, promotion, and service quality.*

**Keywords: Product quality, Price and Purchasing Decisions**

## PENDAHULUAN

Manajemen pemasaran sangat penting bagi organisasi bisnis maupun perusahaan, setiap organisasi berlomba-lomba untuk melakukan yang terbaik untuk mencapai tujuannya, setiap perusahaan telah mengalami persaingan antara sesama perusahaan, suksesnya perusahaan dalam persaingan yaitu harus memiliki kriteria atau syarat bahwa bagaimana cara untuk pelanggan bisa tetap bertahan, agar tujuan perusahaan berjalan dengan lancar dan tercapai, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sehingga akan merasa puas dan nyaman, dan untuk menghadapi persaingan perusahaan harus menciptakan atau mengembangkan bentuk dan kualitas unggul, karena konsumen sebelum melakukan pembelian, konsumen lebih dahulu mengutamakan bentuk unggul dari suatu perusahaan.

Sebelum melakukan keputusan pembelian konsumen lebih dahulu melihat kualitas produk dan skema penetapan harga, bahwa ketika produk yang berkualitas dan layak untuk dibeli seperti produk yang menarik, unik dan harga yang terjangkau menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Kedua faktor ini menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, karena kualitas produk menjadi faktor utama dalam suatu usaha bisnis maupun perusahaan dalam mampu menghadapi pesaing pesaing lain dan mampu mempertahankan dan mendorong suatu organisasi dalam mencapai tujuannya, sedangkan harga yang terjangkau dapat menghasilkan peminat yang banyak dalam melakukan pembelian, maka kedua faktor tersebut menjadi faktor penting dalam suatu organisasi bisnis, karena dapat mempertahankan dan mensejahterakan bisnis dalam suatu usaha maupun perusahaan. Menurut sudaryono (2016:99) keputusan pembelian adalah keputusan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dalam pemilihan tindakan alternatif. Dengan kata lain orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif, dalam kata lain harus memiliki pemikiran, dan pertimbangan maupun tindakan sehingga tepat dan akurat dalam melakukan keputusan. Sedangkan menurut (Assauri, 2004:141) dalam Agnes Ligia Pratisitia Walukow, Lisbeth Mananeke, Jantje Sepang, (2014) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan kegiatan sebelumnya. Sedangkan Kotler dan Keller (2009:234-244) dalam Ryanto Hariandy Wangean, Silvy L. Mandey (2014) keputusan pembelian suatu proses pengambilan keputusan pembelian melewati lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Kualitas produk harus diperhatikan perusahaan, karena salah satu yang dipentingkan konsumen adalah kualitas produk sebelum melakukan keputusan pembelian, karena untuk mengetahui mutu dan daya tahan suatu produk tersebut. Abdullah dan tantri, (2014:153), Sulistyan et al., (2017) menyatakan bahwa kualitas produk adalah segala sesuatu dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembeli dan dipergunakan, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan, jadi kualitas produk merupakan faktor utama dalam hal memasarkan maupun menjual karena, konsumen sebelum melakukan pembelian yang pertama kali dilihat adalah kualitas produk, yaitu mutu produk dan ketahanan produk, dengan kata lain kualitas produk menjadi faktor utama dalam pembelian, dan untuk penentuan harga menyesuaikan, karena ketika produknya berkualitas mayoritas harga pun juga akan tinggi. (Sumarni dan J. Supranto, 1997 dan Tjiptono, 2006:95) dalam Melysa Elisabeth Pongoh (2013) menyatakan bahwa kualitas Produk adalah semua yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Penelitian tentang kualitas produk terhadap keputusan pembelian pernah dilakukan oleh R. S. Fahrezzy & A. F. M Tranggana (2018), L. Salfina, & H. Gusri (2018), N. wiryanthy, & Santoso S. (2019) Penelitian ini mengatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian suatu produk. Akan tetapi penelitian tentang kualitas produk juga ada yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang tidak memiliki pengaruh ini pernah dilakukan oleh Suwanto & Anggraini, (2019), Anastasia & Nurendah, (2014), Zamroni, (2016) Yang mengatakan bahwa kualitas produk yang baik belum tentu membuat pembeli membeli suatu produk. Kedua hasil penelitian ini menggambarkan bahwa tidak semua produk yang dijual membuat konsumen tertarik untuk membeli. Semua tergantung pada kebutuhan dan manfaat dari produk yang dibutuhkan.

Kotler dalam Danang Sunyoto (2014:131) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Abdullah dan Tantri (2014) mengatakan bahwa penetapan harga adalah sebuah masalah ketika perusahaan menentukan harga yang pertama kali, hal ini terjadi ketika perusahaan memperoleh atau mengembangkan suatu produk baru. Dalam penetapan harga perlu mempeetimbangkan dalam menyusun kebijakan dalam penetapan harga antara lain : 1) memilih sasaran harga, 2) menentukan biaya, 3) menentukan permintaan, 3) memperkirakan biaya. 4) menganalisis permintaan dan harga pesaing, 5) memilih metode harga. 6) dan memilih harga akhir. Penelitian tentang harga terhadap keputusan pembelian pernah di teliti oleh L. Salfina, & H. Gusri (2018), N. wiryanthy, & Santoso S. (2019), G. Joel, & J. D .D. Massie, (2014) Dalam penelitian ini mengatakan bahwa harga dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli. Namun penelitian ini di tentang oleh penelitian D. Malonnda & Dkk, (2018), I. Roni, & Dkk, (2019), Priskyla, & Dkk, (2017), Vivil Yazia, (2014) Yang mengatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga tidak sepenuhnya dapat mempengaruhi orang untuk membeli.

Pada penelitian ini, peneliti meneliti keputusan konsumen membeli kusen cor di Bapak Sahari di desa Rojopolo kecamatan jatiroto kabupaten Lumajang. Peneliti tertarik meneliti di tempat tersebut karena melihat kemajuan usaha Bapak Sahari, namun satu tahun terakhir omzet penjualan Bapak Sahari mengalami penurunan. Hal ini yang membuat daya tarik peneliti untuk meneliti. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kusen cor di Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

Obyek yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan kusen cor di desa Rojopolo kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Sumber data penelitian ini adalah data eksternal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli kusen cor di desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuesioner dan wawancara.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas. Selanjutnya akan dilakukan uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, multikolinieritas dan heterokedastisitas. Kemudian dilakukan uji statistic atau uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variable independen ke variable dependen. Pengujian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan menggunakan alat olah SPSS 21.0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji asumsi klasik yang terkait dengan uji normalitas menunjukkan bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikut arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Begitu juga asumsi multikolinieritas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai tollerance lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen. Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot menunjukkan tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada menunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini. Dengan demikian seluruh asumsi klasik dapat dipenuhi. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
(Constant)	3,847	3,395		1,133	,262			
1	Kualitas produk	,306	,122	,298	2,513	,015	,997	1,003
	Harga	,371	,139	,317	2,669	,010	,997	1,003

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS.21(2020)

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai *constant* sebesar 3.847 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian akan sama dengan 3.847 jika nilai dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sama dengan 0.
- 2) Koefisien variabel Kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,306 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel Harga akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,306 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel kualitas produk akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,306 dengan asumsi variabel  $X_2$  yaitu Harga dalam konstanta.

- 3) Koefisien variabel Harga (X<sub>2</sub>) sebesar 0,371 (positif menunjukkan hubungan yang searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel Harga akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0, 371 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel harga akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0, 371 dengan asumsi variabel X<sub>1</sub> yaitu kualitas produk adalah konstanta.

#### Uji t (persial)

Untuk melakukan pengujian terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil  $t_{tabel}$ . Hasil  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (  $n - 2$  ) = 60 - 2 = 58, maka diperoleh  $t_{tabel} = 2,00172$ . Jadi kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Hasil uji t pada variabel X<sub>1</sub> yaitu kualitas produk diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,513$  dengan signifikansi 0,015. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 2,00172. Ini berarti  $t_{hitung} (2,513) > t_{tabel} (2,00172)$ , dengan tingkat signifikansi 0,015 yang berada dibawah signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian kusen cor Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.
2. Hasil uji t pada variabel X<sub>2</sub> yaitu harga diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,669$  dengan signifikansi 0,010. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 2,00172. Ini berarti  $t_{hitung} (2,669) > t_{tabel} (2,00172)$ , dengan tingkat signifikansi 0,05 yang berada dibawah signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian kusen cor Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

**Tabel 2. Hasil Pengujian Kelayakan Model**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.049	2	16.024	7.091	.002 <sup>b</sup>
	Residual	128.801	57	2.260		
	Total	160.850	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS.21(2020)

Berdasarkan tabel 2 uji kelayakan model dikatakan dapat dinyatakan nilai  $F_{hitung} 7,091$  dengan tingkat signifikansi 0,002 yang berada dibawah batas signifikansi 0,05 diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 3,16 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk, dan harga secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian kusen cor Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

**Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.446 <sup>a</sup>	.199	.171	1,50322

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

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS.21(2020)

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa hasil pengujian dari program SPSS yakni R square yang diketahui dari jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas sebesar 0,119 atau 19,1%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (kualitas produk dan harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) yang memiliki nilai sebesar 19,1% sedangkan sisanya 80,1% dijelaskan keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel penelitian lain yang tidak diteliti dalam penelitian seperti lokasi, promosi dan kualitas pelayanan.

#### Pembahasan

##### Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian kusen cor Desa Rojopolo Kecamatan jatiroto Kabupaten Lumajang, artinya keputusan pembelian mengalami peningkatan dan penurunan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk. Hasil penelitian mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Walukou, A.L.P., Dkk (2014) dan Lolutung. S. C, Dkk (2018) menyatakan bahwa Kualitas produk memiliki

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.. Hal ini dikarenakan konsumen dalam membeli kusen cor akan mempertimbangkan kualitas produk sebelum melakukan keputusan pembelian, jika dilihat dengan fakta bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena konsumen pembeli kusen sebagian besar dalam melakukan pembelian selalu memperhatikan kualitas produk, karena Kualitas Produk menjadi salah satu tujuan setiap perusahaan utamanya bagi perusahaan kusen ini, yang memberikan dampak tersendiri bagi kepuasan konsumen setelah melakukan keputusan pembelian, jadi bagus tidaknya kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tetapi jika pada saat dibandingkan dengan kualitas produk diluar sana yang selisih lebih bagus akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan lebih memilih melakukan pembelian di perusahaan kusen cor lainnya, dan itu akan menyebabkan penurunan tingkat pendapatan, akan tetapi apabila kualitas produk itu sama antara satu tempat ke tempat lain mungkin kualitas produk itu lebih berpengaruh lagi terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi, konsumen akan tetap membeli karena keinginan dan kebutuhan yang nanti akan mempengaruhi dalam keputusan pembelian dan juga kusen cor merupakan kebutuhan masyarakat terutama dalam segi pembengunan. Jadi dapat disimpulkan apabila keinginan konsumen tersebut tinggi atau cukup baik, maka Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang menjadi penghalang terhadap kepuasan yang didapat sesuai antara suatu pengorbanan dari konsumen setelah melakukan pembelian di perusahaan kusen tersebut.

### **Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian**

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa harga berpengaruh dan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang telah dilakukan Mongi. L., dkk (2014) dan Mandey & Wangean, (2014) menyatakan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Karena konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian cenderung lebih mengutamakan Harga setelah kualitas produk terutama dalam harga yang terjangkau dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Di perusahaan kusen cor ini lebih cenderung murah karena di sebabkan biaya transportasi pengantaran barang barang sudah ditanggung oleh perusahaan itu sendiri, meskipun rumah konsumen atau pembeli jauh dari tempat kusen cor ini. Dan ketika konsumen membeli barang itu banyak maka oleh pemilik kusen cor diberi kortingan. Jadi di simpulkan bahwa keinginan konsumen cukup tinggi terhadap keputusan pembelian kusen cor karena di sebabkan oleh faktor harga, dan harga menjadi faktor utama terhadap kepuasan konsumen dan yang berpengaruh dalam keputusan pembelian di perusahaan kusen cor Desa Rojopolo.

### **Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kusen cor di Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Hal ini membuktikan bahwa variaabel kualitas produk dan harga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Hasil pengujian variabel yang terdiri dari kualitas produk dan harga secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara simultan variabel yang terdiri dari kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. berdasarkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,199 menunjukkan bahwa harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 19,9%. sedangkan sisanya sebesar 80,1 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti lokasi, promosi dan kualitas pelayanan

## **KESIMPULAN**

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian kusen cor Desa Rojopolo Kecamatan jatiroto Kabupaten Lumajang, artinya keputusan pembelian mengalami peningkatan dan penurunan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian menunjukan bahwa terdapat pengaruh Harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian kusen cor Desa Rojopolo Kecamatan jatiroto Kabupaten Lumajang, artinya keputusan pembelian mengalami peningkatan dipengaruhi oleh variabel Harga. Dan Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kusen cor secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 19,9% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Kulit produk dan harga, sedangkan sisanya 80,1% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abdullah, T., & T. (2014). *Manajemen pemasaran* (Edisi 1.). Rajawali Pers.

Danang Sunyoto. (2014). *Dasar dasar manajemen pemasaran*. CAPS.

Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(2), 181–190.
- D., M. D. (2018). Analisa Citra Merek , Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Pada Seluruh Gerai - Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2288–2297.
- G. Joel, J. D .D. Massie, J. J. S. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1463–1472.
- G., J. Runtuwuwu, S. Oroh, R. T. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Journal Emba*, 2(3), 1803–1813.
- I., Roni., & Dkk. (2019). Pengaruh Promosi, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. 2(1), 121–129.
- L. Salfina, H. G. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Pakaian Anak Anak Studi Kasus Toko Rizky Dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovisi*, 1(1), 83–100.
- Moniharapon, S., Lapijan, J., & Lotulung, S. C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 817–826.
- Mandey, S., & Wangean, R. (2014). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1715–1725.
- N. wirayanthi, S. S. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 87–96.
- R. S. Fahrezzy, A. F. M. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Komsumen Laptop Asus. *JURNAL INDONESIA MEMBANGUN*, 17(2), 174–183.
- R, P. W. ., & Dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word Of Mounth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawankonan. *Jurnal Emba*, 5(2), 1102–1112.
- Sulistyan, R. B., Pradesa, H. A., & Kasim, K. T. (2017). Peran Mediasi Kepuasan dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Retensi Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Lumajang). *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 7(2), 77-87. doi: 10.30741/wiga.v7i2.337
- Suwarto, & Anggraini, R. (2019). Pngaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung di BMT Adzkiyah Khidmatul Ummah dikota Mitro. *Cam Journal*, 3(2), 439–449.
- Vivil Yazia. (2014). Pengruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Kaputusan pembelian Hanphone Blackbarry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Economica*, 2(2), 1–9. <http://dx.doi.org/10.22202/economica.2014.v2.i2.229>
- Wakukow, A.L.P ,Mananeke, L., Sepang, J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentena Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1737–1749. [https://doi.org/10.18907/jjsre.37.3\\_343\\_4](https://doi.org/10.18907/jjsre.37.3_343_4)
- Zamroni, A. (2016). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan M . Yamin Samarinda. 4(4), 960–974.