

## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Ciledug Kreo, Kota Tangerang

Devira Annisa Widyaningsari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Jalan Surya Kencana No. 1, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia

[deviraannisa374@gmail.com](mailto:deviraannisa374@gmail.com)

### Kata Kunci:

promosi;  
kualitas produk;  
keputusan pembelian

**Abstrak** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Ciledug Kreo Kota Tangerang baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel berjumlah 100 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 22,924 + 0,774X_1$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,594 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,353 atau sebesar 35,3% sedangkan sisanya sebesar 64,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,307 > 1,9844). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 26,807 + 0,675X_2$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,632 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,399 atau sebesar 39,9% sedangkan sisanya sebesar 60,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,066 > 1,9844). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 19,011 + 0,440x_1 + 0,461x_2$ . Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,688 artinya memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 47,3% sedangkan sisanya sebesar 52,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (43,509 > 3,09). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Ciledug Kreo secara simultan.

### Keywords:

promotion;  
product quality;  
buying decision

**Abstract** The purpose of this research is to determine the influence of product quality and price on purchasing decisions at Alfamart Ciledug Kreo, Tangerang City, both partially and simultaneously. Apart from this, the method used is quantitative. The sampling technique consisted of 100 respondents. Data analysis uses validity testing, reliability testing, classical hypothesis testing, regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. The results of this research are that product quality has a significant effect on purchasing decisions with the regression equation  $Y = 22.924 + 0.774X_1$ , the correlation coefficient value obtained is 0.594, which means that the two variables have a moderate level of relationship. The determination or influence contribution value is 0.353 or 35.3%, while the remaining 64.7% is influenced by other factors that have not been examined. Hypothesis testing yielded a calculated t-value > t-table or (7.307 > 1.9844). Thus,  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted, which means that there is a significant influence of product quality on purchasing decisions. Price has a significant effect on purchasing decisions with the regression equation  $Y = 26.807 + 0.675X_2$ , the correlation coefficient value obtained is 0.632, which means that the two variables have a strong level of relationship. The determination value or influence contribution is 0.399 or 39.9%, while the remaining 60.1% is influenced by other factors that have not been examined. Hypothesis testing yielded a calculated t-value > t-table or (8.066 > 1.9844). Thus,  $H_0$  is rejected and  $H_2$  is accepted, which means that there is a significant influence of price on purchasing decisions. Product quality and price have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation  $Y = 19.011 + 0.440x_1 + 0.461x_2$ . The value of the correlation coefficient or the level of relationship between the independent variable and the dependent variable is 0.688, which means that there is a strong relationship. The value of the coefficient of determination or influence contribution is simultaneously 47.3%, while the remaining 52.7% is influenced by other factors that have not been examined. Hypothesis testing yielded a calculated F value > F table or (43.509 > 3.09). Thus  $H_0$  is rejected and  $H_3$  is accepted. This means that there is simultaneously a significant influence between product quality and price on purchasing decisions at Alfamart Ciledug Kreo.

## **PENDAHULUAN**

Bisnis ritel di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat seiring dengan kemajuan perekonomian Indonesia. Kemajuan perekonomian Indonesia ikut mendorong perkembangan pasar modern dan bisnis ritel Indonesia. Tumbuhnya masyarakat kelas menengah ditanah air mendorong meningkatnya minat belanja di ritel modern. Ritel modern atau pasar modern selain memberikan alternatif belanja menarik juga menawarkan kenyamanan dan kualitas produk, harga bersaing bahkan terkadang lebih murah dibandingkan pasar tradisional/pedagang eceran.

Pasar modern memiliki sistem pelayanan yang mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket atau swalayan. Pada pasar modern, penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli dapat melihat pada label harga pada barang yang akan dibeli, serta berada dalam sebuah bangunan dan pelayanan dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga.

Kegiatan dunia usaha seperti minimarket menjadi suatu fenomena dan perhatian yang menarik. Minimarket yang ada dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat para konsumen untuk membeli disana. Misalnya dengan rak-rak yang tersusun rapih pembayaran kasir dan juga ruangan yang ber-AC agar konsumen merasa nyaman dan tidak pengap ketika berbelanja. Minimarket yang ada harus mampu menciptakan keunggulan dalam produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat menarik minat konsumen dan merasa puas karena kebutuhannya dapat terpenuhi dengan baik.

Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya (perspektif) terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa/pelayanan dengan harapan-harapannya (ekspektasi). Karena kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen.

Kesan konsumen terhadap harga baik itu mahal, murah ataupun standar akan berpengaruh terhadap aktivitas pembelian selanjutnya dan kepuasan konsumen setelah pembelian. Misalnya konsumen kecewa setelah membeli suatu barang karena terlalu mahal menurutnya, maka kemungkinan selanjutnya dia enggan untuk membeli barang itu lagi dan kemungkinan akan beralih ke barang lain.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas produk**

Menurut Kotler & Amstrong kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas dapat didefinisikan sebagai “bebas dari kerusakan”. Dari pernyataan tersebut, dapat

disimpulkan bahwa kualitas suatu produk erat dengan baik buruknya suatu produk. Kualitas suatu produk, menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli.

Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk bisa memproduksi barang atau jasa yang berkualitas, sehingga dapat bersaing dengan kompetitor. Jika kualitas produk sesuai harapan, maka konsumen akan membeli produk tersebut. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Kualitas produk yang ditawarkan suatu perusahaan menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen.

### **Harga**

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Pengertian harga menurut Swastha, harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut. Sedangkan menurut Kotler, "Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa.

### **Keputusan pembelian**

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:177) "keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku manusia yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

## **METODE**

Jenis penelitian ini menggunakan metode asosiatif, Menurut Sugiyono (2017:89) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala, dalam penelitian ini yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi, situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Sugiyono (2017:7) mendefinisikan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada

populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2017:13) tempat penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal yang objektif. Peneliti melakukan penelitian pada konsumen yang datang langsung ke Alfamart Ciledug Kreo, Kota Tangerang. Waktu untuk menyelesaikan penelitian ini terhitung mulai dari tanggal 7 Oktober 2022 sampai dengan selesai.

## HASIL dan PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji normalitas

**Tabel 1.** Hasil uji normalitas dengan kolmogrov smirnov test

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>	
	<b>Unstandardized Residual</b>
N	100
Mean	0,0000000
Std. Deviation	3,39972009
Absolute	0,068
Positive	0,043
Negative	-0,068
Test Statistic	0,068
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

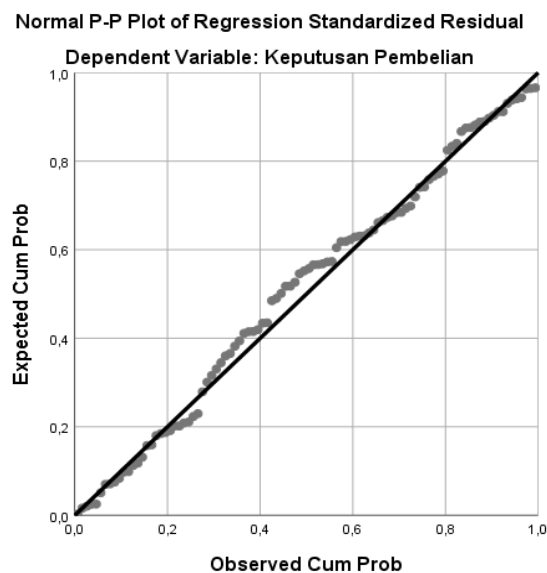
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**Sumber:** Data diolah, 2023.

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$ . Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *probability plot* dimana residual variabel dapat di deteksi dengan melihat penyebaran titik-titik residual mengikuti arah garis diagonal dan hal itu sesuai dengan hasil diagram penyebaran yang di olah dengan SPSS Versi 25 seperti pada gambar di bawah ini:



**Gambar 1.** Hasil Uji P – Plot dengan SPSS

**Sumber:** Data diolah, 2023.

Pada gambar di atas dapat di lihat bahwa grafik normal *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### Uji multikolinearitas

**Tabel 2.** Hasil uji multikolinearitas

	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
	B	Std. Error	Beta		Tolerance	VIF		
(Constant)	19,011	3,366		5,648	0,000			
Kualitas Produk	0,440	0,119	0,338	3,687	0,000	0,647	1,545	
Harga	0,461	0,098	0,431	4,704	0,000	0,647	1,545	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber:** Data diolah, 2023.

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel di atas diperoleh nilai *tolerance* variabel kualitas produk sebesar 0,647 dan harga sebesar 0,647 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel kualitas produk 1,545 serta harga sebesar 1,545 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinearitas.

### Uji autokorelasi

**Tabel 3.** Hasil uji autokorelasi dengan durbin-watson

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,688 <sup>a</sup>	0,473	0,462	3,43459	1,964

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber:** Data diolah, 2023.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak terjadi autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,967 yang berada di antara interval 1,550 – 2,460.

### Uji heterokedastisitas

**Tabel 4.** Hasil pengujian heterokedastisitas dengan uji glejser

	Coefficients <sup>a</sup>			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	2,504	1,979	1,266	0,209

Kualitas Produk	-0,060	0,070	-0,108	-0,860	0,392
Harga	0,069	0,058	0,149	1,191	0,237

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, glejser test model pada variabel kualitas produk (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,392 dan harga (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,237 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak di pakai sebagai data penelitian.

### Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

#### Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 5. Hasil uji hipotesis (uji t) variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

	Coefficients <sup>a</sup>			
	Unstandardized		Standardized	
	Coefficients		Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	22,924	3,596	6,375	0,000
Kualitas Produk	0,774	0,106	0,594	7,307 0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,307 > 1,9844). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $\rho$  value < Sig. 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Ciledug Kreo.

#### Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 6. Hasil uji hipotesis (uji t) variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Coefficients <sup>a</sup>			
---------------------------	--	--	--

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	26,807	2,781		9,638	0,000
Harga	0,675	0,084	0,632	8,066	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber:** Data diolah, 2023.

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $8,066 > 1,9844$ ) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $p$  value  $<$   $Sig.$  0,050 atau ( $0,000 < 0,050$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Ciledug Kreo.

### Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

**Tabel 7.** Hasil hipotesis (uji F) secara simultan kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1026,498	2	513,249	43,509	,000 <sup>b</sup>
Residual	1144,252	97	11,796		
Total	2170,750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

**Sumber:** Data diolah, 2023.

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel atau ( $43,509 > 3,09$ ), hal ini juga diperkuat dengan  $p$  value  $<$   $Sig.$  0,050 atau ( $0,000 < 0,050$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan.

## **Pembahasan**

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

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 22,924 + 0,774X_1$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,594 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,353 atau sebesar 35,3% sedangkan sisanya sebesar 64,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $7,307 > 1,9844$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Ciledug Kreo.

Hal tersebut juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sri Mulyati, Umban Adi Jaya (2020), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian HP iPhone”, bahwa Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian.

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

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 26,807 + 0,675X_2$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,632 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,399 atau sebesar 39,9% sedangkan sisanya sebesar 60,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $8,066 > 1,9844$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Ciledug Kreo.

Hal tersebut juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marissa Grace Haque (2020), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama di Jakarta”, bahwa Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian.

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

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 19,011 + 0,440x_1 + 0,461x_2$ . Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,688 artinya memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 47,3% sedangkan sisanya sebesar 52,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel atau ( $43,509 > 3,09$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Ciledug Kreo secara simultan.

Hal tersebut juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sarah Septiani, Bono Prambudi (2021), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan

Pembelian Smartphone Oppo”, bahwa Kualitas Produk dan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian.

## SIMPULAN

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 22,924 + 0,774X_1$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,594 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $7,307 > 1,9844$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Ciledug Kreo.

Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan persamaan regresi  $Y = 26,807 + 0,675X_2$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,632 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $8,066 > 1,9844$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian Alfamart Ciledug Kreo.

Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 19,011 + 0,440x_1 + 0,461x_2$ . Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,688 artinya memiliki hubungan yang kuat. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel atau ( $43,509 > 3,09$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Alfamart Ciledug Kreo secara simultan.

## PENGHARGAAN

Penelitian ini dibiayai secara mandiri. Terima kasih disampaikan kepada pembimbing atas selesainya penelitian ini dan telah dipublikasikan pada jurnal. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Alfamart Ciledug Kreo, Kota Tangerang yang telah menyediakan wadah wawasan pengetahuan baru untuk referensi kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 3*. Bandung: Alfabeta.
- Hery Winoto Tj. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi dengan Strategi Promosi *Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol. 5, No. 12, Desember 2020. P-ISSN: 2541-0849. E-ISSN: 2548-1398.
- Ipan Hilmawan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Intervening. *Jurnal Elektronik REKAMAN*. Vol. 3 No. 3, Oktober 2019. E-ISSN: 2598-8107. P-ISSN: 2620-9500.

- Jasinta Pangastuti, Sudjiono, Eni Prastiti. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah di Borobudur Kediri. *JIMEK. Volume 2 Nomor 1, Juli 2019. E-ISSN: 2621-2374.*
- Kotler, Philip And Keller, & Lane, K. (2014). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Alih Bahasa Bob Sabran.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Garry, & Amstrong. (2018). *Principles Of Marketing. Edisi 15.* Global Edision Person.
- Lopiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.
- Marissa Grace Haque. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 21 Nomor 1, April 2020. Halaman 31-38. P-ISSN: 1412-968X. E-ISSN: 2598-9405.*
- Nurmin Arianto, Lia Asmalah, Feri Rahmat. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran. Volume 5, Nomor 2, Februari 2022. Halaman 194-203. P-ISSN: 2598-0823. E-ISSN: 2598-2893.*
- Putu Vivin Tannia, Ni Nyoman Yulianthini. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol.3 No. 2, Desember 2021. P-ISSN: 2685-5526.*
- Sarah Septiani, Bono Prambudi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Manajemen. Vol. 14 No. 2, 2021. Halaman 153-168.*
- Sinta Yuliana, Ali Maskur. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeshop Pati). *Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 5 Nomor 1, Halaman 559-573, 2022. P-ISSN:2598-021X. E-ISSN: 2598-8381.*
- Sri Mulyati, Umban Adi Jaya. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian HP iPhone. *Winter Journal. Vol. 1 No. 1, Agustus 2020. ISSN 2723-8709.*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung: Cv. Alfabeta.
- Syamruddin, S., & Kusuma, R. F. (2021). Correlation Analysis Between Price and Product Completeness With Purchase Decision at Zami Mart. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi, 5(2), 129-136.*
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi Dan Aplikasi.* Yogyakarta: Andi Offset.