



Kualitas Produk, Penentuan Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

(UD Daryono Plastik Surakarta)

Rizki Darmawan Prasetya^{1*}, Indra Hastuti², Khabib Alia Akhmad³

¹⁻³ Program Studi S1- Manajemen, Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia
Jl. Ki Mangun Sarkoro NO. 20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57135

*Korespondensi penulis: rizkidarmawanp@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study is to determine the effect of product quality on purchasing decisions partially, to determine the effect of pricing on purchasing decisions, and to determine the effect of product quality, and pricing on purchasing decisions case study at UD Daryono Plastik Surakarta simultaneously. A sample of 50 respondents using a sampling technique using random sampling. This study uses a quantitative method with SPSS 25 64 bit data analysis tools. The data analysis technique in this study uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, T tests, and F tests. The results of this study indicate that there is a positive and significant effect of product quality on purchasing decisions, there is a positive and significant effect of pricing on purchasing decisions. Then the results of the study concluded that simultaneously there is a positive and significant effect of product quality, and pricing on purchasing decisions.*

Keywords: *Product Quality, Pricing, Purchasing Decisions*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial, untuk mengetahui pengaruh penentuan harga terhadap keputusan pembelian, dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, dan penentuan harga terhadap keputusan pembelian studi kasus pada UD Daryono Plastik Surakarta secara simultan. Sampel sebanyak 50 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis data *SPSS 25 64 bit*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji T, dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh positif dan signifikan penentuan harga terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil penelitian menyimpulkan secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk, dan penentuan harga terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Penentuan Harga, Keputusan Pembelian

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan usaha di Indonesia terus meningkat dan muncul nya kompetitor baru yang mengakibatkan persaingan antar usaha semakin ketat, agar usaha bertahan dalam persaingan yaitu dengan menjaga produksi yang berjalan, karena produksi merupakan faktor utama sebagai dasar menjaga kualitas produk dalam memutuskan pemilihan produk yang sesuai keinginan, sehingga kualitas merupakan kunci bagi keberhasilan bisnis dan pengembangan bisnis. Untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh pelanggan, maka harus ditentukan dan dibutuhkan hal-hal yang berkaitan dengan proses produksi yang meliputi; teknologi, mesin, penanganan material, dan lain sebagainya (Mariani, 2022)

Industri non migas diindikasikan memiliki peranan yang penting terhadap perekonomian nasional meskipun pada triwulan ketiga 2018 ini masih dibawah nilai pertumbuhan ekonomi nasional. Pada periode tersebut, pertumbuhan industri pengolahan non-

migas mencapai 5.01%, dibawah pertumbuhan ekonomi nasional yang mencapai 5.01%. Secara khusus, industri karet, barang dari karet dan plastik tumbuh signifikan mencapai 12.34% (Kementerian Perindustrian, 2019). Tahun 2019 kelompok industri yang mengalami kontraksi pertumbuhan mencapai sebanyak 7 kelompok antara lain industri kayu, industri Plastik, dan industri plastik (Kementerian Perindustrian, 2020). Potensi konsumsi produk plastik di Indonesia masih cukup besar dan hal ini menjadi peluang untuk tumbuhnya industri pengolahan plastik yang akan menambah pendapatan pajak pemerintah dan meningkatkan lapangan kerja. Permintaan plastik ini terutama didorong oleh pertumbuhan industri makanan dan minuman yang cukup tinggi (8%-10%) dari tahun ke tahun dimana industri makanan dan minuman merupakan industri pengguna kemasan plastik terbesar (Kementerian Perindustrian, 2019)

Usaha Daryono Plastik merupakan usaha di bidang plastik yang berdiri 10 tahun lebih dengan memproduksi biji plastik seperti biji plastik HD, biji plastik PE. Salah satu produk yang di hasilkan dan menjadi andalan adalah biji plastik jenis HD dengan kapasitas minimal produksi 4-5 ton/bulan dengan bahan baku plastik HD benang. Selain itu usaha Daryono Plastik terdapat usaha lainya seperti plastik selopan, kletek, cones, plumpung, dan janur (Wawancara berdasarkan Daryono sebagai pelaku usaha)

Kualitas produk didalam Usaha Daryono Plastik haru terjaga dengan baik memiliki tahapan seperti proses membersihkan plastik dari sisa-sisa benang, dengan permasalahan jika bahan baku tidak bersih maka kualitas produk menjadi kurang baik atau produk cacat (Wawancara berdasarkan Daryono sebagai pelaku usaha). Usulan perbaikan proses produksi dalam produk cacat terdapat berbagai faktor seperti faktor lingkungan sebaiknya pada lingkungan kerja tidak boleh lembab walau curah hujan yang tinggi, karena dapat merusak kualitas dari bahanbaku yang ada pada lingkungan kerja tersebut, dan lingkungan kerja harus bersih agar bahan baku tidak terkontaminasi oleh zat-zat yang dapat merusak bahan baku, faktor bahan baku dengan bahan baku yang akan diproses harus bebas dari zat-zat yang dapat mengkontaminasi bahan tersebut sehingga poduk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik (Wawancara berdasarkan Daryono sebagai pelaku usaha). Faktor manusia dimana ketelitian dan keahlian pekerja sangat diutamakan harus di perhatikan agar tidak terjadi kesalahan atau kecerobohan pada saat bekerja, faktor mesin kerusakan mesin secara tiba-tiba pada saat produksi dapat diatasi dengan perawatan mesin atau bisa menggantinya dengan mesin-mesin yang sudah tua menjadi lebih canggih untuk mencegah terjadinya cacat produk (Aulia Dkk, 2020). Kualitas produk, jika kualitas produk nya kurang baik akan berpengaruh pada penentuan harga. Kualitas Produk yang kurang baik antara lain kotor (warna lebih gelap)

berserabut, dan ukuran lebih kecil (Wawancara berdasarkan daryono sebagai pelaku usaha). Berdasarkan kualitas produk adalah faktor-faktor yang terkandung pada suatu barang atau hasil yang cocok dengan suatu tujuan barang yang diproduksi menurut Satdiah dkk (2023). Berikut ini adalah gambar produk cacat atau kualitas kurang baik, seperti berikut:



Gambar 1. Produk Biji Plastik HD

Sumber: Data Sekunder (Daryono Plastik, 2024)

Penentuan harga memegang peranan penting dalam Usaha Daryono Plastik dengan sering kali terjadinya permasalahan kualitas produk, jika kualitas produk nya kurang baik akan berpengaruh pada harga (Wawancara berdasarkan daryono sebagai pelaku usaha). Kriteria untuk sebuah perusahaan yang sukses seberapa banyak perusahaan dapat memperoleh keuntungan atau laba ketika menjual produk atau jasanya (Suharlina, 2023). Penjual atau produsen barang atau jasa akan mempertahankan kualitas produk untuk mempertahankan pangsa pasar yang kompetitif dengan harga. Perusahaan berlomba lomba menciptakan produk yang berkualitas tinggi agar konsumen tertarik untuk membeli. Konsumen akan mencari produk yang berkualitas tinggi. Berjalannya bisnis usaha tentunya akan menciptakan produk yang berkualitas tinggi. Semakin tinggi tingkat kualitas produk maka konsumen akan semakin tertarik dengan keinginan yang di harapkan untuk membeli untuk memenuhi kebutuhannya dengan didukungnya harga yang sesuai. Bahwasanya pengertian konvensional dari kualitas ialah performansi sebagai ilustrasi langsung dari sebuah produk, kehandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan sebagainya (Satdiah dkk, 2023).

Kualitas produk, dan penentuan harga biji plastik HD saling terkait bagi konsumen untuk keputusan pembelian. Proses produksi biji plastik HD dapat memengaruhi kualitas produk akhir, jika proses produksi dilakukan dengan baik, menggunakan teknologi yang tepat, dan mengikuti standar yang ketat, maka kemungkinan besar kualitas biji plastik HD yang dihasilkan akan baik dan konsumen tertarik untuk membeli. Sebaliknya, jika proses produksi tidak memenuhi standar yang ditetapkan atau terjadi kesalahan dalam prosesnya, maka kualitas biji plastik HD tersebut dapat terpengaruh negati (Wawancara berdasarkan Daryono sebagai pelaku usaha). Faktor yang mempengaruhi proses produksi adalah ketersediaan sumber daya alam, kinerja sumber daya manusia, tersedianya modal, faktor birokrasi organisasi, teknologi serta bahan baku (Mariani, 2022) . Kualitas Produk biji plastik HD juga dapat mempengaruhi

penentuan harga. Harga yang tinggi biasanya mengindikasikan bahwa biji plastik HD tersebut memiliki kualitas yang baik. Mengutarakan bahwa harga ialah keterjangkauan, kesesuaian dan mutu produk, daya saing harga, mengenai pilihan keseluruhan panggilan terhadap kenaikan, dan perbandingan nilai jual pada produk (Mettatirtha, 2023). Mengutarakan bahwa harga ialah keterjangkauan, kesesuaian dan mutu produk, daya saing harga, mengenai pilihan keseluruhan, *respons* terhadap kenaikan, dan perbandingan nilai jual pada produk (Mettatirtha, 2023). Hal ini dapat terjadi karena bahan baku yang digunakan dalam produksi biji plastik HD yang berkualitas lebih tinggi biasanya lebih mahal. Namun, harga tinggi juga dapat mencerminkan faktor lain seperti permintaan pasar yang tinggi atau keterbatasan pasokan, bukan hanya kualitasnya. Proses produksi plastik HD dapat mempengaruhi kualitas produk akhir yang menggunakan biji plastik tersebut. Biji plastik HD yang berkualitas baik cenderung memiliki sifat yang stabil, daya tahan yang baik terhadap suhu tinggi, ketahanan terhadap kantong plastik, dan kemampuan yang baik dalam proses manufaktur. Sebaliknya, biji plastik HD yang memiliki kualitas rendah atau cacat mungkin menyebabkan produk akhir menjadi rapuh, mudah pecah, atau kurang tahan lama (Wawancara berdasarkan Daryono sebagai pelaku usaha). Dengan adanya fenomena permasalahan didalam kualitas produk biji plastik HD seperti warna gelap, berukuran kecil, dan berserabut yang dipengaruhi beberapa faktor seperti mesin, sumber daya manusia, bahan baku, dan metode kerja yang di sebabkan dari berbagai hal seperti Bahan Baku, proses produksi.

Berdasarkan ringkasan hasil penelitian terdahulu terdapat *research gap* yang dapat menentukan judul untuk penelitian berjudul “**Kualitas Produk, Penentuan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Biji Plastik HD (UD Daryono Plastik Surakarta)**“. Penelitian terdahulu yang telah disebutkan tidak terdapat di Kota Solo Raya dan objek yang di bawakan tidak pernah dijadikan penelitian oleh penelitian lain kusus nya di Kota Solo Raya. Maka dari itu bahwa belum ada penelian khusus meneliti Kualitas Produk, dan Penentuan Harga terhadap Keputusan pembelian Biji Plastik HD (Studi Kasus Pada UD Daryono Plastik Surakarta) di wilayah Kota Solo Raya. Dengan itu melakukan sebuah penelitian di Kota Solo Raya tentunya akan memberikan kontribusi dalam mengisi kekosongan pengetahuan ini, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pemasaran biji plastik HD di wilayah ini. Penelitian ini memberikan wawasan atau ilmu baru tentang faktor mempengaruhi keputusan pembelian biji plastik HD di wilayah ini dan menyoroti bahan baku. kualitas produk, dan penentuan harga dalam menciptakan manajemen pemasaran yang baik untuk memuaskan bagi pembeli supaya menciptakan keputusan pembelian.

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Tujuan manajer perusahaan adalah menemukan, menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan sasaran dengan menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan keunggulan produk atau jasa kepada konsumen. Pemasaran adalah ilmu dan seni menjelajah proses sosial atau manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk kepada pihak lain bertujuan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan memperoleh nilai dari pelanggan atau konsumen (Raymon, 2018). Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Strategi Pemasaran

Rencana dan strategi pemasaran merupakan salah satu unsur penting dalam proses manajemen pemasaran yang dapat memandu kegiatan pemasaran. Pengembangan rencana dan strategi pemasaran yang tepat dan mampu menyesuaikan dengan perubahan lingkungan memerlukan disiplin dan fleksibilitas. Perusahaan harus mengimplementasikan strategi yang telah direncanakan yang disusun secara terus menerus dan berkesinambungan serta memperbaikinya. Strategi pemasaran juga menuntut pemahaman yang jelas tentang bagaimana pemasaran bekerja (Ruspendi dkk, 2022)

Kualitas Produk

Kualitas produk ialah sebuah faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap konsumen ketika melakukan pembelian suatu produk. Semakin baik kualitas produknya, maka akan semakin terjadi peningkatan minat pelanggan yang hendak melakukan pembelian produk tersebut. (Satdiah dkk, 2023). Dengan itu kualitas produk merupakan suatu situasi dinamis yang berkaitan dengan produk, tenaga kerja, manusia, serta lingkungan guna melakukan pemenuhan tiap pelanggan (Satdiah dkk, 2023).

Penentuan Harga

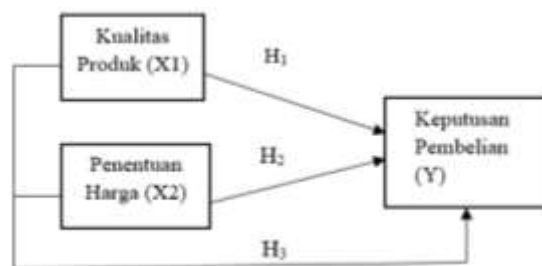
Harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan atas pelanggan terhadap penjual dan pembeli barang yang dibelinya. Dengan kata lain, harga ialah nilai sebuah barang yang ditentukan oleh penjual. Penggunaan istilah “harga” secara umum dipergunakan pada aktivitas jual-beli produk dengan mencakup jasa maupun barang (Satdiah dkk, 2023). Harga diukur dengan uang yang dibutuhkan untuk membeli sesuatu. Jika suatu produk atau layanan memenuhi keinginan dan harapan pengunjung, itu akan menarik mereka dengan harga berapapun (Hafizah dkk, 2024).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian yaitu sejumlah keputusan yang melibatkan setiap aspek atau setiap kegiatan kehidupan yang meliputi berbagai upaya tertentu untuk mendapatkan informasi produk (Wanda dkk, 2022). Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Yuliana dkk, 2022). Keputusan Pembelian adalah proses dimana konsumen mengenali masalah dan mencari serta mengevaluasi informasi tentang produk atau merek tertentu, tetapi salah satu dari alternatif ini dapat memecahkan masalah dan itulah keputusan pembelian(Lionarto dkk, 2022)

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teo Terdapat kerangka pemikiran dengan 2 variabel X dan 1 Variabel Y sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Sumber: (Rizki dkk, 2024)

Keterangan:

- > : Parsial
—————> : Simultan

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat dijelaskan penelitian ini memiliki dua variabel (X) bebas yaitu Kualitas Produk, dan Penentuan Harga. Dan satu variabel (Y) terikat yaitu Keputusan Pembelian. Adapun Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut: (H1) Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Biji Plastik HD Pada UD Daryono Plastik Surakarta, (H2) Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Penentuan Harga Keputusan Pembelian Biji Plastik HD Pada UD Daryono Plastik Surakarta, (H3) Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan secara simultan Kualitas Produk, Penentuan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Biji Plastik HD Pada UD Daryono Plastik Surakarta.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian Dan Sumber Data

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dimana penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan- hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif untuk mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori, hipotesis, yang berkaitan dengan fenomena yang terjadi. Ciri-ciri kuantitatif meliputi teori, hipotesis, adanya perlakuan, pengamatan empiris, analisis data dengan statistika (Taufiq, 2024). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dan sekunder. Data Primer didapatkan dari informasi dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Data Sekunder dalam penelitian ini yaitu dari beberapa sumber seperti Jurnal, Buku, Skripsi, Tinjauan Pustaka, dan Penjabaran dari pihak usaha tersebut.

Motode Analisis Data

Analisis data adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan peneliti setelah data terkumpul, diolah sedemikian rupa sampai pada kesimpulan (Rifa, 2020). Analisis data ini menggunakan metode kuantitatif dimana data diolah menggunakan *SPSS 25 64 Bit*, menggunakan uji instrumen yang didalamnya terdapat uji validitas dan uji reliabilitas, terdapat uji asumsi klasik yang didalamnya terdapat uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas, untuk selanjutnya terdapat uji hipotesis yang didalamnya terdapat uji t (parsial), dan uji F (simultan).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	t	t tabel	Keterangan
		hitung	(df=48)	
Kualitas Produk(X1)	X1.1	0,774	0,278	Valid
	X1.2	0,788	0,278	Valid
	X1.3	0,786	0,278	Valid
	X1.4	0,779	0,278	Valid
	X1.5	0,732	0,278	Valid
Penentuan Harga (X2)	X2.1	0,821	0,278	Valid
	X2.2	0,754	0,278	Valid
	X2.3	0,733	0,278	Valid
	X2.4	0,686	0,278	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,800	0,278	Valid
	Y1.2	0,733	0,278	Valid
	Y1.3	0,751	0,278	Valid
	Y1.4	0,784	0,278	Valid
	Y1.5	0,718	0,278	Valid
	Y1.6	0,497	0,278	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Tingkat validitas dapat diukur dari membandingkan nilai r hitung dan r tabel, menggunakan ketentuan *degree of freedom* (df) = n-k, n yaitu jumlah sampel dan $\alpha=5\%$. Derajat kebebasan (df) = 50-2= 48 dengan df 48 dan nilai alpha 0,05 maka r tabel diperoleh di 0,278. Berdasarkan hasil data di atas untuk masing-masing variabel semua pernyataan mempunyai hasil yang valid atau signifikan. Dikarenakan hasil pengolahan data pada tabel diatas menunjukkan nilai korelasi r hitung > r tabel (Rosita dkk, 2021)

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,829	Reliabel
Penentuan Harga (X2)	0,740	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,807	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Uji reliabilitas diatas masing-masing variabel menunjukkan dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* atau nilai Signifikan > 0,060 sehingga dapat disimpulkan dari uji reliabilitas masing-masing variabel dalam hasil penelitian ini layak untuk diteliti. Apabila suatu variabel menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* > 0,060 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur (Rosita dkk, 2021).

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32943211
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.151
	Negative	-.124
Test Statistic		.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.188 ^d
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.178
	Upper Bound	.188

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan hasil gambar diatas menunjukkan bawah uji normalitas dengan uji statistik *Kolmogorov* dapat diketahui bawah varabel berdistribusi normal dikarenakan hasil nilai *Monte carlo sig. (2- tailed)* 0,188 lebih besar dari nilai *sig* 0,05. Dari kebanyakan penelitian terdahulu memakai persamaan Asymptotic P-values dalam menguji normalitas suatu data, tetapi persamaan tersebut memiliki beberapa kelemahan yang membuat hasil data tidak normal yaitu saat data kecil, data tidak seimbang dan berdistribusi buruk akan menyebabkan hasil yang tidak akurat. Maka dari itu terdapat solusi selain menggunakan persamaan asymptotic salah satunya adalah monte carlo (Sucipto, 2022)

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1 Kualitas Produk	.398	2.510
	X2 Penentuan Harga	.380	2.510

a. Dependent Variable: Y Keputusan Pembelian

Gambar 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan gambar diatas ketiga variabel *independent* yaitu X1, X2, dan X3 menunjukkan bahwa besarnya *VIF* masing-masing variabel kurang dari 10 dan nilai *tolerance* > 0.1 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas. Uji Multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam model suatu model regresi linear berganda. Jika korelasi tinggi di antara variabel bebas, maka dengan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu (Nafiudin dkk, 2021)

Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2,365	1,295		1,827	,074
	X1 Kualitas Produk	,109	,089	,272	1,227	,226
	X2 Penentuan Harga	-,217	,112	-,431	-1,943	,059

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan nilai sig melebihi dari nilai signifikansi untuk variabel *independent* > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas pada model regresi. Pada penelitian ini untuk mengetahui heteroskedastisitas menggunakan uji *gleser*, jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *independent* > 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terdapat problem heteroskedastisitas (Taufiq, 2024).

Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4,277	1,967		2,174	,035
	X1 Kualitas Produk	,551	,135	,493	4,071	,000
	X2 Penentuan Harga	,576	,170	,411	3,394	,001

a. Dependent Variable: Y Keputusan Pembelian

Gambar 6. Hasil Uji T Hipotesis

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan hasil nilai t hitung variabel kualitas produk (X1) 4,071 > t tabel 2,011 dan nilai sig 0,000 < 0,050. Hasil hipotesis 1 membuktikan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil nilai t hitung variabel penentuan harga (X2) 3,394 > t tabel 2,011 dan nilai sig 0,001 < 0,050. Hasil hipotesis 2 membuktikan penentuan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229,078	2	114,539	62,162	,000 ^b
	Residual	86,602	47	1,843		
	Total	315,680	49			

a. Dependent Variable: Y Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), X2 Penentuan Harga, X1 Kualitas Produk

Gambar 7. Hasil Uji F Hipotesis

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Diketahui besarnya nilai F= 62,162 dengan nilai sig 0,000 < 0,050 dapat disimpulkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan secara simultan. Hasil H3 dapat dibuktikan kebenarannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat diambil kesimpulan bahwa (X1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat diambil kesimpulan bahwa (X2) Penentuan Harga berpengaruh positif dan Signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat diambil kesimpulan kualitas produk, dan penentuan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Saran untuk UD Daryono Plastik Surakarta harus menjaga kualitas bahan baku dengan harga yang tidak berubah-ubah supaya konsumen tetap ingi membeli produk tersebut, supaya bertujuan untuk menjaga supaya konsumen tidak beralih ke kompetitor lainnya, apabila kualitas produk buruk tentunya akan berdampak pada hasil menurun dan menyebabkan konsumen memilih ke produk yang lebih baik.

DAFTAR REFERENSI

- Aulia, D., & others. (2020). Analisis kecatatan pada produk biji plastik dengan pendekatan fishbone diagram dan pareto diagram.
- Hafizah, & others. (2024). Pengaruh harga dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok.
- Kementerian Perindustrian. (2019). Perkembangan industri plastik nasional.
- Kementerian Perindustrian. (2020). Analisis perkembangan industri Indonesia.
- Lionarto, & others. (2022). Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil yang dimediasi kepuasan konsumen. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 4(1), 527–545. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3709>
- Mariani. (2022). Manajemen operasional pada proses produksi perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Mettatirtha, R. (2023). Prosiding: Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Media Sosial (Instagram) terhadap Keputusan Pembelian Sandwich Attack Pasar Lama, Tangerang (Vol. 3, Issue 1).
- Nafiudin, & others. (2021). Pentingnya desain ulang pekerjaan dan deskripsi pekerjaan untuk peningkatan kinerja pegawai pada masa pandemi Covid-19 (uji asumsi klasik).
- Raymon. (2018). Manajemen pemasaran.
- Rifa, O. H. (2020). Metodologi penelitian.
- Rizki, & others. (2024). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dalam mengembangkan coffee shop di Kota Solo Raya. 2(1), 179–190. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i1.304>
- Rosita, & others. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku proposal. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>

- Ruspendi, & others. (2022). Manajemen pemasaran: Implementasi strategi pemasaran di era society 5.0.
- Satdiah, & others. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Sucipto. (2022). Pengaruh sistem e-filing dan kepatuhan wajib pajak orang pribadi dalam penyampaian SPT tahunan (studi kasus pada Satuan Zidam I/Bukit Barisan). 7(1). www.pajak.go.id
- Suharlina. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah makan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 2656–6265.
- Wanda, & others. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor.