

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint

Alimatuts Satdiah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
alimatusadiah23@gmail.com

Elmira Siska

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
elmira.ems@bsi.ac.id

Natal Indra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
natal.nia@bsi.ac.id

***Abstract.** This study aims to analyze the effect of price, product quality on the decision to buy paint at the Paint De'lucent Paint shop. This research design uses a quantitative approach. Samples were taken by accidental sampling technique which was collected by distributing questionnaires when the buyer was shopping at a paint shop. The analytical method used is validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing by processing using the SPSS program. The results of this study show that price has a negative but not significant effect on, while purchasing decisions have a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, both price and product quality affect the decision to buy paint.*

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decisions

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian cat di toko Cat De'lucent Paint. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel diambil dengan teknik *accidental sampling* yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner pada saat pembeli berbelanja pada toko cat. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan pengolahan menggunakan program SPSS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ini harga berpengaruh negatif terhadap tetapi tidak signifikan, sementara keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, baik harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian cat.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

LATAR BELAKANG

Rumah menjadi suatu cerminan maupun simbol dari penghuninya. Rumah didesain berdasarkan kebutuhan maupun keinginan penghuninya. Satu diantara unsur yang harus diperhatikan ketika melakukan desain rumah ialah cat rumah. Cat bisa menjadikan rumah berkarakter dan juga lebih hidup. Kebutuhan cat pada setiap kota selalu terjadi peningkatan tiap tahunnya. Peningkatan kebutuhan cat didorong oleh pertumbuhan masyarakat, semakin banyak perusahaan furniture pada setiap kota, pembuatan maupun perbaikan rumah. Industri cat merupakan industri yang tidak dapat dipisahkan dengan industri perumahan maupun furniture sebagai isinya. Semakin tinggi permintaan akan rumah dan *furniture*, semakin tinggi juga permintaan cat. Hal ini dikarenakan cat terus dipergunakan dalam memberi lapisan rumah yang mencakup genteng, dinding, maupun furniture untuk memberikan fungsi proteksi dan keindahan. Perihal tersebutlah yang menunjang selalu terjadi peningkatan pertumbuhan pada industri ini.

Pada umumnya dilihat dikala seseorang berbelanja yakni harga, setelah itu diiringi oleh sebagian pertimbangan yang lain. Menurut (Imanulah & Andriyani, 2022), pembeli biasanya melakukan perbandingan tarif produk mahal beserta kualitas bagus serta bila tarif produk sangat murah, pembeli hendak mempertanyakan kualitas dari produk itu sendiri. Bukan hanya harga, kualitas suatu produk pun berperan supaya proses bisnis bisa mengalami peningkatan. Menurut (Astuti, 2021) kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk ketika melakukan berbagai fungsinya, kemampuan tersebut mencakup ketelitian, kehandalan, daya tahan yang diperoleh produk dengan cara keseluruhan. Organisasi maupun perusahaan yang menjadikan kualitas produknya sebagai instrumen penting akan menikmati keunggulan akan kompetitornya ketika melakukan pengendalian pasar dikarenakan tak semua perusahaan dapat menggapai popularitas. Artinya suatu perusahaan bisa bertahan pada persaingan bisnis ini jika perusahaan itu terus melaksanakan evaluasi pada kualitas produk yang diproduksinya selanjutnya melakukan peningkatan kualitas produknya. Apabila kualitas dari suatu produk tersebut baik dan memenuhi dari harapan maupun kebutuhan sesuai keinginan atas pembeli, maka pembeli tak mungkin memperdulikan harganya maupun tak akan merasa menyesal dengan pengorbanan yang telah dikeluarkan guna melakukan pembelian produk itu.

Masing-masing individu mempunyai metode pengambilan keputusan yang nyaris serupa. Walaupun seperti itu, ada sejumlah faktor yang dapat membedakan pengambilan keputusan antar individu, seperti halnya gaya hidup, pendapatan, karakter, maupun usia. Menurut (Sundari, 2021), penetapan pembelian yakni interaksi penggabungan dengan mengkonsolidasikan informasi untuk menilai setidaknya 2 pilihan alternatif kemudian memilih satu diantaranya. Singkatnya keputusan pembelian ialah tahap melakukan penetapan pilihan untuk membeli produk.

Menurut penelitian (Kambali, 2020) menyimpulkan bahwasanya harga memberi pengaruh signifikan pada keputusan pembelian di Billionaire Store Bandung. Sementara menurut penelitian (Listighfaroh, 2020) menyatakan bahwa harga tak memberi pengaruh pada keputusan pembelian produk Feira White Shower Milk. Berdasarkan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan harga bisa memberikan pengaruh signifikan namun dapat juga sebaliknya. Maka harga dapat memberikan pengaruh pada keputusan pembelian produk tergantung dari produk apa yang diteliti dalam penelitian itu sendiri. Dibandingkan dengan penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya, produk yang kali ini dijadikan variabel penelitian adalah cat De'lucent Paint. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian cat pada De'lucent Paint.

KAJIAN TEORITIS

Menurut (Zulkarnaen, 2023), 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. Adapun yang menyatakan pengertian harga yakni nilai uang yang dibebankan terhadap pembeli guna mempunyai manfaat melalui sebuah produk (jasa maupun barang) yang dibeli melalui produsen maupun penjual (Astuti, 2021). Penggunaan istilah "harga" secara umum dipergunakan pada aktivitas jual-beli produk dengan mencakup jasa maupun barang (Magdalena, 2022). Adapun 4 indikator yang menunjukkan harga yakni: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga (Kotler & Armstrong, 2013). Menurut (Meitriana & Suwendra, 2019) faktor yang mempengaruhi harga diantaranya: keadaan perekonomian,

permintaan beserta penawaran, biaya dan persaingan. Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian cat di toko De'lucent Paint.

Kualitas Produk

Menurut (Kotler & Armstrong, 2013) kualitas produk adalah suatu produk yang mampu guna memberi fungsi, meliputi kehandalan, ketepatan, daya tahan, maupun kehandalan, serta atribut bernilai yang lain. Menurut (Intakoris, 2023) bahwasanya pengertian konvensional dari kualitas ialah performansi sebagai ilustrasi langsung dari sebuah produk, kehandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah seluruh perihal yang dapat memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan berdasarkan keinginan pelanggan. Berdasarkan (Hasbullah & Muchtar, 2022) kualitas produk adalah faktor-faktor yang terkandung pada suatu barang atau hasil yang cocok dengan suatu tujuan barang yang diproduksi. Berdasarkan (Cesariana, 2022) 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. Berdasarkan (Fishendra, 2022) bahwasanya kualitas produk merupakan suatu situasi dinamis yang berkaitan dengan produk, tenaga kerja, manusia, serta lingkungan guna melakukan pemenuhan tiap pelanggan. Adapun berdasarkan 8 indikator kualitas produk menurut (Sanjaya, 2023) diantaranya : kinerja (*Performance*), fitur (*Features*), kesesuaian (*Conformance*), daya tahan (*Durability*), reliabilitas (*Reliability*), kemampuan melayani (*Service Ability*), estetika (*Aesthetics*), kualitas yang Dirasakan (*Perceived Quality*). Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian cat di toko De'lucent Paint.

Keputusan Pembelian

Menurut (Santony, 2019) keputusan pembelian konsumen merupakan suatu aktivitas yang dikerjakan pelanggan guna melakukan pembelian sebuah produk. Masing-masing produsen pastinya melangsungkan sejumlah strategi supaya pelanggan

mengambil keputusan guna melakukan pembelian produk tersebut. Berdasarkan (Lestari, 2022) keputusan pembelian adalah aktivitas pelanggan guna ingin membeli maupun tidaknya suatu produk. Dari sejumlah faktor yang memberikan pengaruh terhadap pelanggan ketika melakukan pembelian sebuah jasa maupun produk, umumnya konsumen melakukan pertimbangan kualitas, harga beserta produk yang telah dikenali masyarakat. Menurut (Agustina & Hinggo, 2023) keputusan pembelian adalah sebuah keputusan final yang dimiliki seorang pelanggan guna melakukan pembelian sebuah jasa maupun barang beserta sejumlah pertimbangan-pertimbangan khusus. Keputusan pembelian yang dilaksanakan oleh pelanggan menggambarkan sejauh mana pemasar dalam upaya melakukan pemasaran sebuah produk terhadap pelanggan. Berdasarkan (Zubaidah & Latief, 2022) keputusan pembelian adalah suatu tahapan dalam mengambil keputusan pelanggan akan pembelian. Produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya pelayanan, kemudahan, promosi, lokasi, harga, kualitas beserta yang lainnya. Sesuai dengan pengertian sebelumnya dapat diambil simpulan bahwasanya keputusan pembelian ialah kegiatan yang dikerjakan oleh pelanggan guna membeli suatu produk. Karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen ialah sebuah tahapan dalam memilih satu diantara berbagai alternatif penyelesaian masalah beserta tindak lanjut secara nyata. Adapun 5 indikator menurut keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2013) diantaranya : Identifikasi masalah, pencari informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian cat di toko De'lucent Paint.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif menjadi metode yang peneliti gunakan guna mendapatkan informasi seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel independen yakni harga serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian cat di toko De'lucent Paint. Teknik sampling yang dipergunakan pada penelitian ini ialah *non probability* sampling yakni *accidental sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden pada bulan April 2023. Analisa data meliputi uji validitas dan uji realibilitas

instrument penelitian, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikoleniaritas, uji autokorelasi. Kemudian dilanjutkan dengan analisis linier berganda, uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden yang dipergunakan pada penelitian ini sejumlah 100 responden. Karakteristik responden bisa ditinjau dalam Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan	Jumlah	
			N	%
1	Jenis Kelamin	Pria	69	69
		Wanita	31	31
	Jumlah		100	100
2	Usia	21 – 25 tahun	9	9
		26 – 30 tahun	12	12
		31 - 35 tahun	18	18
		35 - 39 tahun	37	37
		> 39 tahun	24	24
Jumlah		100	100	
3	Pendidikan Terakhir	SD	13	13
		SLTP	27	27
		SMU/Kejuruan	45	45
		Akademi/Universitas	15	15
		Lainnya.	0	0
Jumlah		100	100	
4	Pekerjaan	Ibu rumah tangga	8	8
		Pelajar/mahasiswa	6	6
		Karyawan (swasta/ negeri)	51	51
		Wirausaha	35	35
		Lainnya	0	0
Jumlah		100	100	
5	Pendapatan Per Bulan	Rp 2,500.000 - 5,500.000	40	40
		Rp. 5.000.000 - 7,500.000	32	32
		Rp. 7,500.000 - 10.000.000	20	20
		Rp. 10.000.000 - 12,500.000	6	6
		> 12,500.000	2	2
Jumlah		100	100	

Sumber : Data yang di olah, 2023.

Sesuai dengan Tabel 1 bisa dilihat bahwasanya profile responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin adalah pria (69%). Profile responden berdasarkan usia terbanyak adalah responden dengan usia diantara 35 - 39 tahun dengan jumlah 37%. Profile responden sesuai dengan tingkat pendidikan terakhir paling banyak ialah responden beserta pendidikan terakhir SMU/Kejuruan dengan jumlah 45%. Profile responden berdasarkan pekerjaan seperti Karyawan (swasta/ negeri) merupakan responden terbanyak, yaitu sebanyak 51%. Profile responden sesuai dengan penghasilan terbanyak adalah responden dengan penghasilan Rp 2,500.000 - 5,500.000 per bulan sebanyak 40% dibandingkan dengan lainnya.

Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan dalam melakukan pengukuran valid maupun tidaknya sebuah kuesioner. Menurut (Ghozali, 2013), sebuah kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan terhadap kuesioner dapat menyatakan suatu hal yang hendak dilakukan pengukuran atas kuesioner itu. Dasar dalam mengambil keputusan uji validitas ialah apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ jadi dikatakan valid dan sebaliknya.

Tabel 2. Hasil uji Validitas

Variabel	Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel (5%)	Sig
Harga (X1)	X1.1	0.793	0.195	0.000
	X1.2	0.777	0.195	0.000
	X1.3	0.755	0.195	0.000
	X1.4	0.731	0.195	0.000
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0.639	0.195	0.000
	X2.2	0.565	0.195	0.000
	X2.3	0.52	0.195	0.000
	X2.4	0.456	0.195	0.000
	X2.5	0.639	0.195	0.000
	X2.6	0.565	0.195	0.000
	X2.7	0.52	0.195	0.000
	X2.8	0.456	0.195	0.000
Keputusan Pembelian (X3)	Y.1	0.675	0.195	0.000
	Y.2	0.518	0.195	0.000

	Y.3	0.559	0.195	0.000
	Y.4	0.483	0.195	0.000
	Y.5	0.513	0.195	0.000
	Y.6	0.362	0.195	0.000
	Y.7	0.468	0.195	0.000
	Y.8	0.567	0.195	0.000

Sumber : Data yang di olah, 2023.

Berdasarkan Tabel 2 tersebut terlihat bahwasanya semua koefisien bernilai lebih besar dibandingkan nilai r tabel (0,195). Hasil itu memperlihatkan bahwasanya semua indikator terhadap penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2013), uji Reliabilitas hendak dipergunakan dalam mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang dipergunakan bisa diandalkan dan juga terus konsisten apabila pengukurannya dilakukan pengulangan. Dasar dalam mengambil keputusan pada uji reliabilitas ialah apabila nilai cronbach's alpha > 0.60 , sehingga kuesioer dikatakan konsisten atau reliabel, dan sebaliknya.

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai r alpha	Nilai r tabel (5%)
Harga (X1)	0.803	0.195
Kualitas Produk (X2)	0.826	0.195
Keputusan Pembelian (Y)	0.888	0.195

Sumber : Data yang di olah, 2023.

Sesuai dengan Tabel 3 tersebut terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dalam setiap instrumen lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut memperlihatkan bahwasanya seluruh instrumen reliabel.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi berganda disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.905	3.091		7.412	0.000
	Harga	-0.026	0.190	-0.019	-0.136	0.892
	Kualitas_Produk	0.313	0.133	0.323	2.349	0.021

Sumber : Data yang di olah, 2023.

Diketahui nilai koefisien regresi harga sebesar -0.026, menunjukkan harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan teori bahwa apabila terjadi peningkatan harga maka pembelian suatu produk akan menurun. Hal ini mengindikasikan bahwa cat adalah barang normal. Nilai koefisien regresi untuk kualitas produk sebesar 0.313, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Bila tingkat kualitas cat meningkat maka pembelian akan bertambah sebanyak 0.313 unit.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Uji parsial pengaruh harga terhadap keputusan pembelian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.905	3.091		7.412	0.000
	Harga	-0.026	0.190	-0.019	-0.136	0.892
	Kualitas_Produk	0.313	0.133	0.323	2.349	0.021

Sumber : Data yang di olah, 2023.

Hasil uji hipotesis terkait dampak harga pada keputusan pembelian yang menunjukkan t hitung sebesar -0.136 dan t tabel sebesar 1,983. Dalam hal ini nilai t hitung

-0.136 lebih kecil dari nilai t tabel 1,983, dan nilai signifikansi sebesar 0.892 lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian.

Menurut (Farina, 2021) bahwa apabila harga naik maka pembelian akan berkurang. Pada studi ini ditemukan kenaikan harga tidak berdampak signifikan pada keputusan pembelian produk cat De'lucent Paint. Ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, harga dari produk cat De'lucent paint dibawah harga pasar. Kedua, konsumen pengguna produk cat De'lucent Paint adalah konsumen yang loyal atau tidak mau berganti merek dengan alasan kualitas produk yang bagus dan kandungan yang berkualitas tinggi. Hasil studi ini juga didukung peneliti (Listighfaroh, 2020) yang mengatakan secara parsial harga tidak berdampak signifikan pada keputusan pembelian pada produk sabun cair feira white shower cream di surabaya.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji hipotesis mengenai pengaruh kualitas produk pada keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa t hitung adalah 2.349 lebih besar dari t tabel sebesar 1,983 dan nilai signifikan yakni 0,021 lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini memperlihatkan secara parsial kualitas produk berdampak positif pada keputusan pembelian produk cat De'lucent Paint.

Selain harga kualitas produk termasuk faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena kualitas produk memegang peranan penting dalam menarik konsumen guna melakukan pembelian. Semakin baik kualitas produk semakin meningkatkan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga didukung oleh peneliti (Nugroho, 2022) mengatakan, secara parsial variabel kualitas produk berdampak positif dan signifikan pada minat pembelian motor yamaha di kota semarang.

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji simultan pengaruh harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.100	2	32.550	5.168	.007 ^b
	Residual	610.900	97	6.298		
	Total	676.000	99			

Hasil uji hipotesis mengenai pengaruh harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 5.168 lebih besar dari nilai F tabel 3,09 dan nilai sig 0,007 lebih kecil dari pada 0.05. Ini menunjukkan bahwa H₀ di tolak dan H_a diterima. Berarti secara simultan ada dampak signifikan antara harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian produk cat De'lucent Paint.

Hasil penelitian ini memberi gambaran bahwa harga dan kualitas produk memiliki peran yang saling melengkapi dalam membentuk preferensi konsumen. Harga yang wajar dan kompetitif dapat menarik minat konsumen, sementara kualitas produk yang tinggi memberikan keyakinan kepada konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung oleh (Saputra, 2020) bahwa secara bersama-sama, harga dan kualitas produk berdampak signifikan pada keputusan pembelian konsumen dalam pembelian pakaian pada Label Store Pekanbaru.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.310 ^a	0.096	0.078	2.510

Sumber : Data yang di olah, 2023.

Nilai R Square diketahui 0.096 yang artinya bahwa kedua variabel independen Harga (X₁), Kualitas Produk (X₂) mempunyai pengaruh sebesar 96% terhadap variabel dependen keputusan pembelian untuk pembelian cat De'lucent Paint dan yang 4% dipengaruhi oleh variabel lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian, didapatkan beberapa kesimpulan seperti: harga produk tidak memiliki pengaruh pada keputusan pembelian ditoko cat De'lucent Paint namun kualitas produk mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian ditoko cat De'lucent Paint. Selain itu, ketika dilihat secara bersamaan, harga dan kualitas produk secara simultan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sesuai dengan uji koefisien determinan bahwa variabel harga beserta kualitas produk dapat memberi pengaruh variabel keputusan pembelian sebesar 96% sisanya 4% diakibatkan atas faktor lainnya yang tidak dianalisa peneliti.

Saran

Ditinjau melalui hasil penelitian, pengkajian, serta hambatan penelitian, sehingga dapat dibuat beberapa gagasan saran seperti peneliti di masa mendatang yang akan menguji keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh harga serta kualitas produk, hendaknya jangkauan materi diteliti dalam jangkauan yang lebih luas sehingga hasil penelitian bisa digeneralisasi. Faktor lain baik secara eksternal maupun internal harus dipertimbangkan lagi karena dapat menentukan pengaruh keputusan pembelian yang lebih signifikan ketimbang harga dan kualitas produk. Bagi perusahaan, diperlukan evaluasi lebih dalam mengenai harga dan kualitas supaya bisa mempertahankan dan meningkatkan pasar yang telah ada dengan menjaga kualitas.

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, R., & Hinggo, H. T. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador , E-Wom , Dan Brand Trust*. 2(1), 433–443.
- Astuti, R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal Akmami (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204–219. <https://doi.org/10.53695/Ja.V2i2.154>
- Cesariana, C. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1.867>
- Farina, R. (2021). 3271-12363-1-Pb. *Jurnal Al-Ittifaq*, 1, 84–96.

- Fishendra, M. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Kliri Coffee And Space Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 66–73.
<https://doi.org/10.56910/Jvm.V8i1.199>
- Ghozali. (2013). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika Unand*, 8(1), 179.
<https://doi.org/10.25077/Jmu.8.1.179-188.2019>
- Hasbullah, H., & Muchtar, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Inovasi*, 18(4), 826–831.
<https://doi.org/10.30872/Jinv.V18i4.12122>
- Imanulah, R., & Andriyani, I. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Pancious Soma Palembang. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295–285–295.
<https://doi.org/10.37676/Ekombis.V10i1.1743>
- Intakoris, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Waktu Tunggu Terhadap Kepuasan Nasabah Elektronik Pada Penggunaan Fitur Bca M-Banking. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 4(1), 16–21.
<https://ejr.stikesmuhkudus.ac.id/index.php/jatmi/article/view/1806>
- Kambali, I. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Billionaire Store Bandung). *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8.
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing* (G. Silva (Ed.); 9 Th). National Library Of Australia.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=8tjibaaaqbaj&oi=fnd&pg=pp1&dq=kotler+armstrong&ots=jffvppv3lz&sig=ovtqz5bt-Qbshsver54apmmm2ea&redir_esc=y#v=onepage&q=kotlerarmstrong&f=false
- Lestari, A. (2022). *Mimbar Kampius : Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam Mimbar Kampius : Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*. 21, 34–42.
<https://doi.org/10.17467/Mk.V21i1.873>
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–17.

[Http://Eprints.Uwp.Ac.Id/Id/Eprint/1428/2/Jurnalku New.Pdf](http://Eprints.Uwp.Ac.Id/Id/Eprint/1428/2/Jurnalku>New.Pdf)

- Magdalena, M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Lubuk Pandan Kec. 2x11 Enam Lingkung Kab. Padang Pariaman. *Jurnal Pundi*, 06(01), 219–230. <https://doi.org/10.31575/Jp.V6i1.415>
- Meitriana, M. A., & Suwendra, I. W. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Perumahan Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 356. <https://doi.org/10.23887/Jjpe.V10i2.20041>
- Nugroho, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal Of Economics, Management And Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/Jemp.V7i2.255>
- Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone: Studi Kasus Mahasiswa Uin Raden Intan Bandar Lampung. *Srikandi: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 2(1), 35–44. <https://journal.iainnumetrolampung.ac.id/index.php/srikandi/article/view/2963>
- Santony, J. (2019). Prediksi Pendapatan Terbesar Pada Penjualan Produk Cat Dengan Menggunakan Metode Monte Carlo. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1(4), 15–20. <https://doi.org/10.37034/InfEb.V1i4.5>
- Saputra, R. (2020). “Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store.”
- Sundari, A. (2021). *Manajemen Ritel (Teori Dan Strategi Dalam Bisnis Ritel) - Ariefah Sundari, Ahmad Yani Syaikhudin - Google Buku*. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Jlk1eaaaqbaj&oi=fnd&pg=pa2&dq=Penetapan+Pembelian+ialah+interaksi+penggabungan+yang+mengkonsolidasikan+informasi+untuk+menilai+setidaknya+2+pilihan+alternatif+kemudian+memilih+satu+diantaranya.+singkatnya+kepu>
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-Commerce Shopee Di Lingkungan Rt08 / Rw10 Sriamur Bekasi. 6(2), 324–333.
- Zulkarnaen, M. F. (2023). Sistem Survei Kepuasan Masyarakat Pada Pembuatan Kartu Tanda Penduduk. *Jurnal Ilmiah Ikip ...*, 9(2). <https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jiim/article/view/7059%0ahttps://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jiim/article/viewfile/7059/4110>

*PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO CAT DE'LUCENT PAINT*