

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. BudiJaya Dinamo

Riza Fiandi*, Ahmad Albar Tanjung

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

Email: riza.fiandi911@gmail.com, alb4rt4njung@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: riza.fiandi911@gmail.com

Abstrak-Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Budi Jaya Dinamo, Sampel pada penelitian ini sebanyak 36 orang, pengambilan sampel menggunakan teknik incidental sampling yaitu teknik penentuan sampel ketika kebetulan bertemu di tempat penelitian kemudian digunakan sebagai sampel. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan structural equation model dengan smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh positif tetapi signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara simultan penelitian kualitas produk dan harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Maka dengan ini Keputusan pembelian dapat ditingkatkan melalui harga.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Keputusan Pembelian.

Abstract-The purpose of this study was to determine whether there is an effect of product quality and price on purchasing decisions at UD. Budi Jaya Dinamo, The sample in this study was 36 people, sampling using incidental sampling technique, namely the technique of determining the sample when coincidentally met at the research place and then used as a sample. Analysis of the data used in this study is to use a structural equation model with smart PLS. The results of this study indicate that partially product quality does not have a positive but significant effect on purchasing decisions and price has a positive and significant effect on purchasing decisions, while simultaneously research on product quality and price does not have a positive effect on purchasing decisions. So with this purchase decision can be improved through the price.

Keywords: Product Quality; Price; Purchase Decision.

1. PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini saingan dagang antar perusahaan sangat sering sekali dilakukan oleh masing-masing perusahaan misalnya padahal kualitas produk , mulai dari kualitas rendah hingga kualitas terbaik, hal ini tentu saja berefek pada tingkatan pembelian oleh konsumen, selain itu, harga mempunyai peran penting untuk menaikkan daya beli konsumen ,hal ini dikarenakan keinginan konsumen untuk mau mempunyai barang yang berkualitas baik tetapi dengan tingkat harga yang rendah, dengan demikian tentu perusahaan akan memikirkan langkah-langkah agar konsumen mau membeli produknya.

Dalam hal ini UD.Budi Jaya Dinamo adalah perusahaan yang bergerak dibidang otomotif khususnya di bagian dinamo, perusahaan ini melayani pembelian dinamo baru dan reparasi dinamo, dan biasanya yang dilayani oleh perusahaan ini adalah alat-alat berat seperti traktor, truk, mobil dan lain sebagainya. Perusahaan ini juga bisa melayani panggilan dari perusahaan konsumen tetapi dengan jadwal yang telah ditentukan.

Fenomena masalahnya adalah setiap konsumen yang akan membeli produk dynamo *start* selalu mempertimbangkan keputusan pembeliannya, mulai dari bagaimana kualitas produk dan harga barang pada perusahaan ini, pada perusahaan ini kualitas produk yang disediakan oleh perusahaan ini masih standar namun tidak berkualitas, sedangkan perusahaan lain memiliki kualitas Produk yang super contohnya saja, relay lampu mobil dan truk, lampu mobil dan truk, dan dinamo. Heliawan & Wisnu (2018) faktor-faktor mempengaruhi keputusan pembelian yaitu a) Harga, b) Promosi, c) Kualitas Produk.

Hal ini sangat penting dilakukan perbaikan dalam segi kualitas produk dinamo start yang bermerk “Altenator”, merek ini adalah merek yang berkualitas standar sedangkan untuk merek yang super rata-rata masih bawaan pabrik dari masing-masing pabrik kendaraan contohnya adalah dinamo *starter* Honda dan dynamo start Mitsubishi,oleh karena itu banyak perusahaan-perusahaan dinamo sampai mau membeli dinamo original yang masih bawaan pabrik dan rela menunggu barang yang di impor dan luar negeri. Karena semakin baik produkyang disediakan maka akan meningkatkan keputusan pembelian, serta begitu juga harga, harga yang disediakan oleh perusahaan ini bisa dikatakan mahal, contohnya saja dinamo start untuk mobil, harga dinamo ini adalah hampir empat ratus ribu rupiah per unit, dan untuk dinamo start truk harganya mencapai delapan ratus ribu per unit, sedangkan di toko lain yaitu toko Sinar Jaya harganya mencapai tiga ratus ribu per unit untuk dynamo start mobil, dan dynamo start untuk truk harganya mencapai tujuh ratus ribu rupiah per unit, hal ini akan menjadikan keputusan pembelian akan semakin sedikit dilakukan oleh konsumen, dikarenakan banyaknya perbedaan kualitas produk dan harga yang cenderung berbanding jauh.

Faktor penyebab dari permasalahan di atas yaitu keinginan konsumen untuk memiliki kualitas bahan yang super dengan harga yang relatif murah dan terjangkau, tentu hal ini tidak luput dari persaingan dagang seperti yang telah dijelaskan diatas, apabila keinginan konsumen dapat terpenuhi dengan mudah maka bisa saja perusahaan ini mengalami peningkatan pembelian, tentu hal ini tidak mudah dilakukan mengingat persaingan dagang begitu ketat dan permintaan konsumen yang bervariasi, dengan begitu perusahaan harus bisa menghadirkan solusi yang tepat agar bisa membuat konsumen mau membeli produk dinamo.

Alasan konsumen masih mau memilih perusahaan ini untuk membeli produk dinamo dikarenakan perusahaan ini menerapkan *home service* dua puluh empat jam, sistem bon utang, selain itu perusahaan ini memiliki pelayanan yang ramah kepada konsumen, hal ini tentu akan membuat konsumen mau membayar lebih walaupun kualitas produk masih standar.

(Indrasari, 2019) solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah kualitas produk diatas adalah sebagai berikut a) Pengenalan keandalan produk. Ini bertujuan untuk memberitahukan kepada konsumen agar mereka dapat mengetahui kualitas dari produk tersebut dengan cara yang tepat, mulai dari pemberitahuan kinerja produk dan risiko produk. b) Pemotivasiyan kualitas produk. Ini bertujuan untuk memberitahukan seluruh karyawan apa manfaat dari kualitas produk kepada konsumen, biasanya seluruh karyawan perusahaan mampu meyakinkan bahwa barang yang dijual kepada konsumen pastinya memiliki sebuah kualitas yang baik. c) *Quality Control* (Mengontrol Kualitas). Ini bertujuan supaya barang yang disediakan oleh perusahaan tidak memiliki resiko yang fatal bagi konsumen, dan meminimalisir kesalahan produk, serta menciptakan persepsi yang baik kepada konsumen terhadap produk perusahaan.

Untuk menerapkan harga yang berkompenten kepada pelanggan tips-tips yang harus dilakukan (Ritonga et al, 2018), yaitu: a) Menetapkan harga yang tinggi ketika menampilkan produk yang baru, dan ketika para pesaing perusahaan sudah ada, maka penurunan harga sangat tepat dilakukan dengan syarat melihat harga pasaran terlebih dahulu. b) Menetapkan harga yang rendah kepada konsumen dan apabila perusahaan sudah mendapatkan perhatian dari konsumen, maka perusahaan dapat menaikkan harga dengan stabil dan tepat sasaran.

Dari solusi yang disediakan diatas maka kita dapat mengetahui cara atau langkah apa saja yang tepat untuk menciptakan keputusan pembelian berkompeten, selain itu tentu saja hal dapat membuat kualitas produk dan harga berdampak atau signifikan terhadap keputusan pembelian, seperti riset yang dilakukan pada peneliti sebelumnya dibawah ini.

Kualitas produk dan harga sangat berpengaruh pada keputusan pembelian khususnya pada butik, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang belum di eksplorasi (Arianto & Giovani, 2020)

Secara parsial variabel citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian tas di indako adalah signifikan, dapat diketahui berarti bahwa citra merek,kualitas produk dan harga sangat berpengaruh pada keputusan pembelian (Supangkat & Supriantin, 2017)

kualitas produk dan harga berdampak pada keputusan pembelian sedangkan sinyanya dipengaruhi lagi oleh variabel lainnya (Alfairy, 2019)

Kualitas Produk, Harga, dan *Word of Mouth* secara bersamaan dan parsial Harga, *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan untuk Kualitas Produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Kopi dan Mie Toronata yang berada di Kawangkoan (Wenda Rumondor et al, 2017).

Terlihat bahwa hasil penelitian diatas mengenai pengaruh kualitasproduk dan harga terhadap keputusan pembelian masih memberikan hasil yang berbeda terkhususnya pada kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada penelitian terdahulu ketiga, oleh karena itu perlu adanya penelitian lebih lanjut dengan tujuan dapat menerangkan hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Sejarah Singkat Objek Penelitian

Tempat riset ini dilaksanakan di UD. Budi Jaya Dinamo yang terletak di Jalan Krakatau Ujung, Sumatera Utara, dan proses penelitian di Mulai dari bulan Juni 2021 sampai bulan Oktober 2021. Sampel adalah cerminan teknik pengambilan dari populasi yang diangkat menjadi sampel yang nantinya berguna untuk menentukan responden (Hardani et al, 2020). Cara menentukan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan Tabel Krejcie dan Morgan ini adalah tabel yang hanya mencantumkan jumlah dari populasi dan sampel tanpa harus melakukan perhitungan yang sulit, dalam hal ini tabel krejcie dalam melakukan perhitungan sampel dilandasi atas kesalahan 5%, jadi sampel yang telah diperoleh memiliki kepercayaan 95% (HR, 2019).

UD.Budi Jaya Dinamo adalah perusahaan swasta yang bergerak pada bidang jasa reparasi otomotif dan penjualan produk dinamo.Pendirian UD. Budi Jaya dynamo ini bertujuan untuk melayani masyarakat yang terkendala dalam perbaikan dinamo *starter* baik itu untuk kendaraan pridbadi seperti mobil maupun kendaraan industri seperti truk, perusahaan UD. Budi jaya dynamo ini telah berdiri sejak tahun 2010, awal sejarah terbentuknya perusahaan ini adalah ketika pemilik perusahaan UD. Budi Jaya Dinamo bekerja sebagai mekanik truk di perusahaan cina, karena tidak puas dengan penggajian di perusahaan cina tersebut, maka Pemilik UD. Budi Jaya dynamo berniat membuka usaha reparasi sendiri, akhirnya sedikit demi sedikit perusahaan UD.Budi Jaya dinamo ini berkembang dengan pesat. Dari hasil penjualan dan reparasi dinamo ini, perusahaan ini mampu bersaing dengan perusahaan repair lainnya, selain itu perusahaan ini baru membuka cabang di Galang Kabupaten Deli Serdang.Perusahaan ini juga memiliki 11 karyawan, mulai dari manajer sampai *helper*, yang bertugas melayani konsumen dari berbagai perusahaan.

2.2 Tabel Krejcie

Penentuan jumlah sampel yaitu sebanyak 36 dengan jumlah populasi 40, dasar pengambilan jumlah sampel dan

populasi sesuai dengan jumlah populasi. Sedangkan teknik pengambilan yaitu dengan *incidental sampling* yaitu dengan cara menemui responden yang kebetulan ada di lokasi penelitian.

2.3 Metode Analisis Data

Analisis data ialah proses dan pencarian data dengan menyusun data secara sistematis atau terperinci dari hasil wawancara, observasi (Hardani et al, 2020). Adapun Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan metode deskriptif kuantitatif, salain itu model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan aplikasi *Smart PLS* dengan analisis SEM. Model Persamaan dalam PLS :

$$51 = \beta_1 \xi_1 + \beta_2 \xi_2 + \zeta_1 \quad (6)$$

(Keputusan Pembelian= β_1 Kualitas Produk + β_2 harga + Epsilon1)

Keterangan :

- | | |
|--------|---|
| (ETA) | : Variabel laten endogen |
| (BETA) | : Hubungan langsung variabel endogen ke endogen lain |
| (KSI) | : Variabel laten eksogen |
| (ZETA) | : Kesalahan dalam persamaan, yaitu anatara variabel eksogen/endogen |

2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil penelitian dapat dikatakan valid apabila data yang terkumpul dan data yang diteliti memiliki kesamaan, maka uji validitas yang digunakan yaitu.

- *Loading Factor*

Loading Faktor adalah besaran dari korelasi antara indikator pada setiap latennya. Suatu penelitian dapat dikatakan valid apabila nilai dari tabel loading faktor adalah $>0,7$ dan sebaliknya, apabila nilai dari tabel loading faktor adalah $<0,7$ maka suatu penelitian dapat dikatakan tidak valid.

- b. *Average Variance Extracted (AVE)*

AVE adalah ukuran beberapa banyak jumlah varian dari indikator yang dietraksi oleh variabel yang telah dibentuk. Penilaian dari AVE ini dengan melihat nilai tabel AVE, nilai AVE dapat dikatakan valid apabila nilai yang tedapat ditabel AVE $>0,5$ maka dapat dikatakan suatu penelitian adalah valid dan sebaliknya, jika Nilai pada tabel AVE $<0,5$ maka dapat dikatakan penelitian adalah tidak valid.

- c. *Cross Loading*

Cross Loading ialah Membandingkan korelasi antara indikator dengan konstruknya dan juga dari bloknya. Suatu penelitian dapat diujikan valid apabila nilai *Cross Loading* adalah $>0,7$ untuk setiap peubahnya.

2.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu cara memperkirakan konsisten suatu penelitian, maksudnya yaitu jika suatu penelitian diukur secara terus menerus atau berkali-kali maka hasilnya akan tetap sama (Tanjung & Mulyani, 2021).

- a. *Cronbach Alpha*

Suatu penelitian dapat dikatakan reliable apabila hasil penelitian yang dilakukan dapat dipercaya, konsisten atau tidak berubah, sedangkan untuk mengukur niai reabilitas yaitu dengan melihat *Cronbach Alpha* $> 0,6$ maka Suatu penelitian dapat dikatakan reliable, dan jika *Cronbach Alpha* $< 0,6$ maka suatu riset dapat dikatakan tidak reliabel.

- b. *Composite Reliability*

Composite Reliability adalah suatu bentuk ukuran konsistensi dari setiap indikator-indikator pada variabel yang bertujuan untuk menunjukkan derajad dalam variabel yang telah dibuat. Pengukuran valid atau tidaknya dari Composite Reability ini ialah dengan melihat tabel Composite Reability, jika nilainya $>0,7$ maka penelitian tersebut dapat dikatakan valid.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan profil atau identitas yang menjadi sampel penelitian. Adapun sampel yang ada dalam penelitian ini berjumlah 36 orang konsumen dari UD. Budi Jaya Dinamo yang telah mengisi kuisioner berdasarkan dari *gender* (kelamin), umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan lama berlangganan. Berikut ini adalah data dari karakteristik responden sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Pria	31
2	Wanita	5
	Total	36

Journal of Trends Economics and Accounting Research

Vol 2, No 3, Maret 2022, pp 69–79

ISSN 2745-7710 (Media Online)

Website <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear>

Dari data diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden pria lebih besar dari padayang responden wanita.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan usia.

No	Usia	Jumlah
1	17-30	21
2	31-40	11
3	>40	4
	Total	36

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah berusia 17-30 tahun sebanyak 21 orang, sedangkan yang berusia 31-40 tahun sebanyak 11 orang dan > 40 tahun sebanyak 4 orang.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah
1	SMA/SMK	16
2	Diploma Tiga (D3)	5
3	Sarjana	8
4	Lainnya	7
	Total	36

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berpendidikan paling tinggi adalah SMA/SMK sebanyak 16 orang, responden dengan pendidikan dipola tiga (D3) sebanyak 5 orang. Sedangkan responden dengan pendidikan sarjana (S1) sebanyak 8 orang, dan yang lainnya sebanyak 7 orang. Dapat dilihat bahwa konsumen yang berpendidikan SMA/SMK lebih dominan pada UD.Budi Jaya Dinamo.

Tabel 4. Karakteristik Responden Lama Berlangganan

No	Lama Berlangganan	Jumlah
1	1 tahun	14
2	2-5 tahun	18
3	6-10 Tahun	4
	Total	36

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa konsumen yang datang ke perusahaan UD. Budi jaya Dinamo telah berlangganan dalam rentang waktu 1 tahun sebanyak 14 orang, konsumen yang telah berlangganan 2-5 tahun sebanyak 18 orang, sedangkan konsumen yang berlangganan 6-10 tahun sebanyak 4 orang.

Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan Jenis pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	
		F	%
1	Wiraswasta	10	
2	Sales	5	
3	Supir	9	
4	Mekanik	5	
5	Mandor	4	
6	Admin	3	
	Total	36	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa konsumen UD Budi Jaya Dinamo yang paling banyak adalah bekerja sebagai wiraswasta dan supir, sedangkan yang paling sedikit adalah bekerja sebagai admin dan Mandor.

3.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

Tabel 6. Rekapitulasi Jawaban Responden Kualitas Produk

No	Pernyataan	sangat Tidak Setuju(STS)		Tidak Setuju (TS)		Setuju (S)		Sangat Setuju (SS)		JLH	%
		F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Kinerja 1	0	0%	0	0%	27	75%	9	25%	36	100%
2	Kinerja 2	0	0%	3	8%	26	72%	7	19%	36	100%
3	Keistimewahan tambahan 1	0	0%	3	8%	26	72%	7	19%	36	100%
4	Keistimewahan tambahan 2	0	0%	3	8%	24	67%	9	25%	36	100%
5	Keandalan 1	0	0%	2	6%	29	81%	5	14%	36	100%

No	Pernyataan	sangat Tidak Setuju(STS)		Tidak Setuju (TS)		Setuju (S)		Sangat Setuju (SS)		JLH	%
		F	%	F	%	F	%	F	%		
6	Keandalan 2	0	0%	0	0%	31	86%	5	14%	36	100%
7	Kesesuaian Spesifikasi 1	0	0%	1	3%	26	72%	9	25%	36	100%
8	Kesesuaian Spesifikasi 2	0	0%	4	11%	25	69%	7	19%	36	100%
9	Daya Tahan 1	0	0%	3	8%	32	89%	1	3%	36	100%
10	Daya Tahan 2	0	0%	2	6%	30	83%	4	11%	36	100%
	Rata-Rata	0	0%	2.1	6%	27.6	77%	6.3	18%	36	100%

Pada tabel diatas diketahui bahwa jawaban tertinggi pada jawaban responden pada skala jawaban setuju dengan rata-rata persentase sebanyak 77% dengan jawaban teringgi terletak pada pernyataan pada nomor 9 dengan persentasi sebesar 89%, ini menunjukan bahwa perusahaan mampu menerapkan daya tahan produk yang baik, sedangkan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18%, tidak setuju sebanyak 6%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0%,.

3.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga

Tabel 7. Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga

No	Pernyataan	sangat Tidak Setuju(STS)		Tidak Setuju (TS)		Setuju (S)		Sangat Setuju (SS)		JLH	%
		F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Keterjangkauan Harga 1	0	0%	3	8%	28	78%	5	14%	36	100%
2	Keterjangkauan Harga 2	0	0%	3	8%	26	72%	7	19%	36	100%
3	Kesesuaian harga dengan kualitas 1	0	0%	2	6%	29	81%	5	14%	36	100%
4	Kesesuaian harga dengan kualitas 2	0	0%	0	0%	29	81%	7	19%	36	100%
5	Daya saing harga 1	0	0%	2	6%	26	72%	8	22%	36	100%
6	Daya saing harga 2	0	0%	4	11%	27	75%	5	14%	36	100%
7	Kesesuaian harga dengan manfaat 1	0	0%	2	6%	28	78%	6	17%	36	100%
8	Kesesuaian harga dengan manfaat 2	0	0%	4	11%	29	81%	3	8%	36	100%
	Rata-Rata	0	0%	2.5	7%	27.75	77%	5.75	16%	36	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jawaban resopnden teritinggi pada skala jawaban setuju dengan rata-rata sebanyak 77% dengan jawaban tertinggi terletak pada nomor 4 dan 8 dengan persentasi 81%, ini menunjukan bahwa kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat bisa diterima atau diakui oleh konsumen UD. Budi Jaya Dinamo, sedangkan jawabanresponden yang menjawab sangat setuju dengan rata-rata persentase 16 %, kurang setuju 7%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0%

3.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 8. Rekapitulasi Jawaban Responden keputusan pembelian

No	Pernyataan	sangat Tidak Setuju(Tidak Setuju (TS)		Setuju (S)		Sangat Setuju (SS)		JLH	%
		STS)	F	%	F	%	F	%	F		
1	Pilihan produk 1	0	0%	4	11%	30	83%	2	6%	36	100%
2	Pilihan produk 2	0	0%	7	19%	22	61%	7	19%	36	100%
3	Pilihan Merek 1	0	0%	6	17%	25	69%	5	14%	36	100%
4	Pilihan Merek 2	0	0%	1	3%	32	89%	3	8%	36	100%
5	Pilihan Penyalur 1	0	0%	1	3%	31	86%	4	11%	36	100%

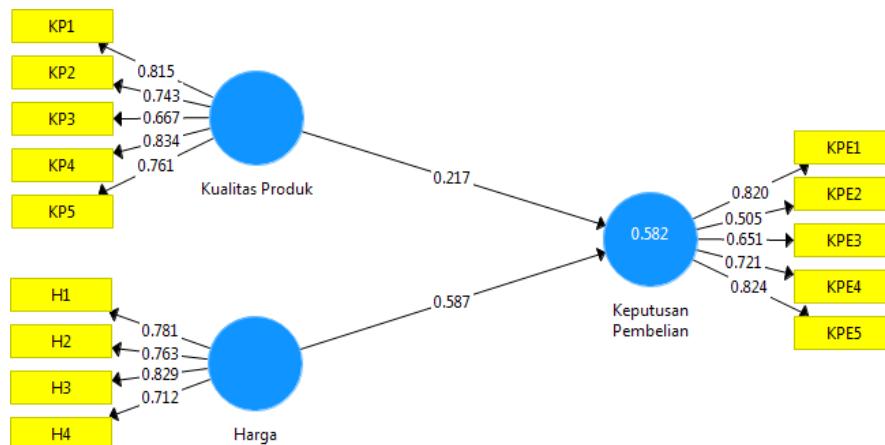
No	Pernyataan	sangat Tidak Setuju(Tidak Setuju (TS)		Setuju (S)		Sangat Setuju (SS)		JLH	%
		F	%	F	%	F	%	F	%		
6	Pilihan Penyalur 2	0	0%	3	8%	27	75%	6	17%	36	100%
7	Waktu pembelian 1	0	0%	4	11%	27	75%	5	14%	36	100%
8	Waktu pembelian 2	0	0%	4	11%	26	72%	6	17%	36	100%
9	Jumlah pembelian 1	0	0%	1	3%	29	81%	6	17%	36	100%
10	Jumlah pembelian 2	0	0%	2	6%	30	83%	4	11%	36	100%
	Rata-Rata	0	0%	3.3	9%	27.9	78%	4.8	13%	36	100%

Pada tabel diatas diketahui bahwa jawaban responen tertinggi adalah pada skala jawaban 78% dengan jawaban tertinggi terletak pada nomor 4 dengan persentasi jawaban sebesar 89%, ini menunjukan bahwa Pilihan merek yang tepat akan diminat oleh konsumen, sedangkan jawaban sangat setuju dengan persentase rata-rata sebesar 13%, tidak setuju sebesar 9%, sangat tidak setuju sebesar 0%.

3.5 Hasil Uji validitas dan reliabilitas

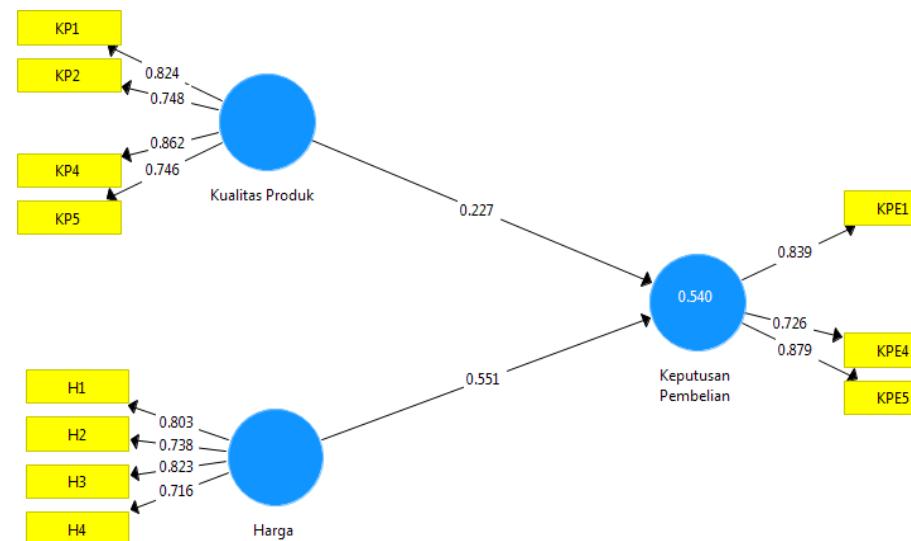
Dalam hal ini uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan dari instrument yang digunakan pada saat penelitian, adapun hasil uji validitas dari penelitian ini ialah sebagai berikut.

a. Loading Factor



Gambar 1. Hasil Loading factor Tidak Valid

Pada gambar 1 dapat diketahui bahwa nilai dari *Loading Factor* dinyatakan belum valid dikarenakan masih ada nilai $\leq 0,7$ untuk setiap indikator pada variabel latennya maka dari itu data diatas dapat diubah dengan cara mengeliminasi indikator yang memiliki nilai- nilai $\leq 0,7$. Sehingga setelah melakukan eliminasi terhadap indikator-indikator tersebut, makadata yang muncul adalah sebagai berikut



Gambar 2. Hasil Loading Factor Valid

Journal of Trends Economics and Accounting Research

Vol 2, No 3, Maret 2022, pp 69–79

ISSN 2745-7710 (Media Online)

Website <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear>

Dari gambar 2 dapat diketahui bahwa nilai *loading factor*rata-rata $\geq 0,7$ untuk setiap indikator pada variabel latennya maka dapat disimpulkan bahwa kuisioner penelitian ini adalah valid. Bergitu juga dengan tabel 9 berikut ini, pada gambar tersebut nilai *loading factor* $\geq 0,7$.

Tabel 9. Hasil *Loading Factor*

Indikator	Harga	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk	Keterangan
H1	0.803			valid
H2	0.738			valid
H3	0.823			valid
H4	0.716			valid
KP1			0.824	valid
KP2			0.748	valid
KP4			0.862	valid
KP5			0.746	valid
KPE1		0.839		valid
KPE4		0.726		valid
KPE5		0.879		valid

b. *Average Variance Extracted* (AVE)

Tabel 10. Hasil *Average variance Extracted*

Indikator	AVE
Kualitas Produk	0.635
Harga	0.595
Keputusan Pembelian	0.668

Pada tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata varians diekstrak atau AVE adalah $\geq 0,5$ untuk setiap indikator variabel latennya, oleh karena itu penelitian ini dapat dinyatakan valid.

c. *Cross Loading*

Indikator laten juga perlu di uji dengan validitas diskriminan dengan cara melihat tabel *cross loading*.

Tabel 11. Hasil *Cross Loading*

Indikator	Harga	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk
H1	0.803	0.701	0.566
H2	0.738	0.507	0.663
H3	0.823	0.477	0.488
H4	0.716	0.473	0.575
KP1	0.567	0.586	0.824
KP2	0.768	0.523	0.748
KP4	0.553	0.510	0.862
KP5	0.438	0.356	0.746
KPE1	0.609	0.839	0.469
KPE4	0.517	0.726	0.523
KPE5	0.631	0.879	0.566

Suatu indikator dapat nyatakan valid apabila mempunyai nilai *Cross Loading* tertinggi terhadap variabel laten yang dituju dibandingkan *Cross Loading* pada indikator variabel lain. Pada tabel diatas menunjukan bahwa *Cross Loading* untuk indikator pada variabel harga mempunyai konstruk yang lebih tinggi dari pada konstruk yang lainnya.

Dengan demikian, nilai dari indikator pada variabel harga lebih baik dibandingkan dengan nilai indikator pada variabel lainnya.

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji dan menjamin instrument dari pernyataan yang telah digunakan, dan melihat kestabilan, konsisten dan kemampuan jika digunakan berulang-ulang.

d. *Cronbach Alpha*

Tabel 12. Hasil *Cronbach Alpha*

Kualitas Produk	0.809
Harga	0.775
Keputusan Pembelian	0.748

Dari tabel 12 dapat diketahui bahwa nilai dari *cronbach Alph* dari masing-masing indikator pada variabel latennya adalah $\geq 0,6$ ini menunjukkan bahwa kuisioner pada penelitian ini adalah reliable

e. Composite Reliability

Tabel 13. Hasil Composite reliability

Kualitas Produk	0.874
Harga	0.854
Keputusan	
Pembelian	0.857

Dari tabel 13 dapat diketahui bahwa nilai dari reliabilitas komposit menunjukkan nilai $\geq 0,7$ maka dapat disimpulkan bahwa kuisioner penelitian ini adalah reliabel.

3.6 Hasil Uji Persamaan Struktural Equaiton Model (SEM)

Pengujian pada model persamaan SEM ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada UD.Budi jaya Dinamo. Berikut ini adalah hasil dari model persamaan SEM pada masing-masing variabel.

Tabel 14. Hasil Persamaan Model

Indikator	Sampel Asli (α)
Harga => Keputusan	
Pembelian	0.551
Kualitas Produk =>	
Keputusan	
Pembelian	0.227

Pada tabel 14 diperoleh bahwa persamaan SEM adalah sebagai berikut :

$$51 = 0,551\epsilon_1 + 0,227\epsilon_2$$

Pada persamaan model, dapat diperoleh bahwa nilai variabel bebas kualitas produk dan harga adalah sebesar 0,0551 dan nilai variabel bebas harga sebesar 0,227 maka apabila variabel bebas bernilai positif, artinya keputusan pembelian pada UD. Budi Jaya Dinamo dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga.

3.7 Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinan (R^2)

Pengujian koefisien determinan ini bertujuan untuk mengukur nilai variabel kualitas produk dan harga dalam menerangkan variabel keputusan pembelian, nilai tersebut dapat dilihat sebagai berikut pada gambar dibawah ini.

Tabel 15. UJI Koefisien Determinan

Indikator	R Square
Keputusan Pembelian	0.54

Dari tabel 15 diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,540 atau 54%, ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian pada UD. Budi Jaya Dinamo, sedangkan sisanya 46% diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji Parsial (T)

Uji parsial digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara parsial, di dalam hasil perhitungan uji T, nilai Uji T_{Stastistik} dapat berubah dikarenakan jumlah sampel dibawah 400, adapun hasil uji parsial penelitian ini sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak berpengaruh.
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh.

Tabel 16. Hasil Uji Parsial (T)

Indikator	T Statistik	P Value
Harga => Keputusan		
Pembelian	2.048	0.041
Kualitas Produk =>		
Keputusan		
Pembelian	0.801	0.423

Berdasarkan tabel 16 dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk yaitu $0.801 \leq t_{tabel} 2.028$ (dilembar Uji T lampiran belakang) dan nilai

signifikansi atau P Value $0.423 \leq 0,5$ alpha (5%), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan demikian secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh positif tetapi signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Nilai t_{hitung} untuk variabel harga yaitu $2.048 \geq t_{tabel} 2.028$ dan nilai signifikansi $0.041 \leq 0,5$ alpha (5%), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial penelitian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.8 Pembahasan

3.8.1 Hasil Uji Koefisien determinan

Berdasarkan dari hasil hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga mampu menjelaskan variasi yang ada di UD. Budi Jaya Dinamo, hal ini dibuktikan dengan nilai determinasi atau R^2 yang diperoleh sebesar 0.540 atau 54%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini contohnya seperti pelayanan, promosi, citra merek dan lain sebagainya.

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Budi JayaDinamo

Berdasarkan hasil dari perhitungan statistik diketahui bahwa variabel laten kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh positif tetapi signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan bahwa variabel kualitas produk yaitu nilai $t_{hitung} 0.801 \leq t_{tabel} 2.028$ dan nilai signifikansi $0.423 \leq 0,5$ alpha (5%), ini menunjukkan bahwa kualitas produk masih belum menjadi dasar utama dalam keputusan pembelian oleh konsumen karena pada penjelasan karakteristik responden Jenis Pekerjaan yang paling banyak ialah seorang supir dan wiraswasta, dan yang seperti kita ketahui gaji seorang supir rata-rata adalah dibawah 5 juta, oleh karena itu apabila seorang supir ingin mereparasi dinamo ataupun membeli dinamo di UD. Budi Jaya Dinamo maka mereka lebih mementingkan harga daripada kualitas produk, begitu juga sebaliknya apabila pada karakteristik responden profesi yang paling banyak adalah sales atau pun pegawai negeri, maka bisa jadi kualitas produk akan menjadi dasar pengambilan keputusan, karena gaji para pegawai negeri sudah diatas UMR ataupun UMP.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan *Word of Mouth* secara simultan dan parsial Harga, *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan untuk Kualitas Produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Kopi dan Mie Toronata yang berada di Kawangkoan (Wenda Rumondor et al, 2017).

Hasil penelitian diatas sejalan dengan riset yang menunjukkan kualitas produk dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Laborindo Sarana dikarenakan nilai pada tabel hitung cronbach alpha lebih dari 0,5% (Andalusi, 2018).

b. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Budi Jaya Dinamo

Hasil penelitian statistik pada variabel laten harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan bahwa variabel harga yaitu Nilai $t_{hitung} 2.048 \geq t_{tabel} 2.028$ dan nilai signifikansi $0.041 \leq 0,5$ alpha (5%), ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mementingkan dan memperhatikan harga dibandingkan kualitas produk.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Honda Motor cabang Pegambiran karena nilai determinasi mampu menjelaskan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 74,5% dan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya (Nurantoro & Noersanti, 2020).

Selanjutnya penelitian diatas sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik talas UKM kiswanto *homemade* di kabupaten pasuruan dengan nilai determinasi sebesar 21,8% dan sisanya 78,2 dipengaruhi oleh variabel lainnya (Kriswanto et al., 2018).

Pada penjelasan diatas tentang pengaruh harga diketahui bahwa konsumen lebih menjadikan harga sebagai dasar dari keputusan pembelian, dikarenakan responden yang melakukan pembelian dan reparasi kebanyakan bekerja sebagai supir dan wiraswasta, seperti kita ketahui bahwa pendapatan dari seorang supir tentunya berada dibawah lima juta, maka yang menjadi aspek dasar dalam melakukan pembelian adalah dengan mencari harga yang murah, sedangkan kualitas produk tidak terlalu di perhatikan oleh konsumen, maka dalam halini harga lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UD. Budi Jaya Dinamo.

4. KESIMPULAN

Dari penelitian dan pembahasan yang telah di bahas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pada penelitian hipotesis ini menunjukkan bahwa variabel laten kualitas produk dan harga mampu menerangkan variasi pada keputusan pembelian pada UD. Budi Jaya Dinamo, dengan bukti nilai determinasi (R^2) diperoleh sebesar 54% dan sisanya 46% dijelaskan oleh variabel lainnya. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Budi Jaya Dinamo dengan bukti harga yaitu $2.048 \geq t_{tabel} 2.028$ dan nilai signifikansi $0.041 \leq 0,5$ alpha (5%), sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh tetapi signifikan terhadap keputusan pembelian dengan bukti yaitu $0.801 \leq t_{tabel} 2.028$ dan nilai signifikansi $0.423 \leq 0,5$ alpha (5%). Maka keputusan pembelian dapat ditingkatkan dengan memperhatikan harga yang akan di jual kepada konsumen, adapun bentuk perhatian kepada harga adalah dengan menerapkan strategi harga dengan mempertimbangkan pangsa pasar dan pendapatan

masyarakat sekitar. Pada hasil penelitian ini dapat diketahui harga lebih berpengaruh pada keputusan pembelian, dikarenakan konsumen UD Budi Jaya Dinamo lebih banyak bekerja sebagai supir dan wiraswasta, oleh karena itu harga lebih diperhatikan ketimbang kualitas produk. Hasil penjelasan diatas dapat dikemukakan beberapa saran guna meningkatkan keputusan pembelian, dan sebagai masukan oleh peneliti kepada pihak yang terkait atau perusahaan, adapun saran yang diberikan dalam hal ini perusahaan harus bisa memperhatikan kemauan konsumen dalam mensejahterakan perusahaan dan konsumen, oleh karenanya kualitas produk dapat di pertahankan keunggulannya, karena akan membuat persepsi tersendiri pada konsumen. UD. Budi Jaya Dinamo diharapkan mampu menerapkan harga yang sesuai dan lebih bersaing, dan untuk pembayarannya diharapkan bisa ditingkatkan lagi karena pembayaran elektronik lebih digemari oleh kosnumen milenial dan masyarakat sekarang ini. UD. Budi Jaya dinamo diharapkan mampu bersaing dengan menerapkan kualitas produk yang sangat bersaing dan harga yang kompetitif, serta menerapkan strategi marketing yang baik, sehingga dapat mengembangkan perusahaan lebih baik lagi. Hasil penelitian ini sebagai bahan referensi tambahan hasil penelitian yang nantinya dapat dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti selanjutnya dengan menambah beberapa variabel.

REFERENCES

- Alfairy, B. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vitamin Mata Biovision PT. IDOFARMA GLOBAL MEDIKA CABANG MEDAN. 1, 15.
- Andalusi, R. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INSTRUMEN PENUNJANG LABORATORIUM (STUDI KASUS PADA PT. LABORINDO SARANA JAKARTA). Ilmu Pengetahuan , Teknologi, Dan Humaniora, 1(2), 305–322.
- Aprilia, G., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 3(1), 13. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.845>
- Arianto, N., & Giovani. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Daga, R. (2017). Citra , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (1st ed., Issue November). Global Research and Consulting Institute.
- Darsono, & Husda, N. E. (2020). Pembelian Di Pt Mulia Makmur Lestari the Effect of Distribution and Product Quality Toward Purchasing. Emba, 8(3), 44–53.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). Perilaku Konsumen (Issue December). <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>
- Firmansyah, Muhammad Anang. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Q. Media (ed.); Issue August). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017a). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 2(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017b). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 2(2), 150. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana,
- D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (H. Abadi (ed.); Issue April). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Heliawan, Y. A., & Wisnu, A. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo. Jurnal Akuntansi Dan Pajak, 18(2), 174. <https://doi.org/10.29040/jap.v18i2.114>
- HR, S. (2019). STATISTIK & METODOLOGI PENELITIAN (M. IJ (ed.); 1st ed.). CV. Karya Bakti Makmur (KBM). www.karyabaktimakmur.co.id
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.
- Kriswanto, Pudyaningsih, R., & Akramiah, N. (2018). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian keripik talas. 4, 14–22.
- Maulana, M. I. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. Media Mahardhika, 5(3), 512–521. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v17i3.103>
- Muhtarom, A., & Syahrizal, M. T. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA (Studi Kasus pada Konsumen Rokok Surya di UNISLA). Jurnal Akuntansi, 3(1), 615. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i1.128>
- Nitisusuastro, M. (2018). Perilaku Konsumen (2nd ed.). CV. ALFABETA.
- Nurantoro, P., & Noersanti, L. (2020). DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC (Studi pada Konsumen PT . Honda Motor Cabang Pegambiran). 1–19.
- Putri, B. R. T. (2017). Manajemen Pemasaran Modern. Liberty, Yogyakarta., 127. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). Manajemen pemasaran.
- Rosnaini. (2017). Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Issue Oct 2017).
- Supangkat, A. H., & Supriantin. (2017). PENGARUH CITRA MERK, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS DI INTAKO
- Aditya. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 6(9), 1–19.
- Tanjung, A. A. (2021). Bank Lending Channel of Monetary Policy Transmission: New Evidence From Indonesia. In ICONS 2020: Proceedings of the 1st International Conference on Social Science, Humanities, Education and Society Development, ICONS 2020, 30 November, Tegal, Indonesia (p. 69). European Alliance for Innovation.
- Tanjung, A. A., & Mulyiani. (2021). Metodologi Penelitian (A. A. Tanjung & Mulyiani (eds.); 1st ed.). Scopindo Media Pustaka.

Journal of Trends Economics and Accounting Research

Vol 2, No 3, Maret 2022, pp 69–79

ISSN 2745-7710 (Media Online)

Website <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear>

Tanjung, A. A., & Hawariyuni, W. (2021). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Upah Minimum dan Indeks Pembangunan Manusia Terhadap Tingkat Pengangguran di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 5(2), 114-126.

Wenda Rumondor, P., Tumbel, A. L., & J Ogi, I. W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan the Effect of Quality Products, Price, and Word of Mouth on the Decision To Purchase on Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 1102– 1112.

Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen komunikasi dan Pemasaran* (1st ed.). CV. ALFABETA.