

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Handsanitizercavirub bkc Pada Pt Exzeramsal Mandiri Medan

¹Ronnie Togar Mulia Sirait, ²Marupa Siregar, ³Ronita Panggabean

^{1,2,3}Program Studi Manajemen
FakultasEkonomi dan IlmuSosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia

Email : ronnie.sirait@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan, dimana yang menjadi konsumennya adalah pelanggan dari PT.Exzer Amsal Mandiri medan. Populasi dalam penelitian ini seluruh pelanggan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif serta metode analisis data yang terdiri dari uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis yang terdiri dari t dan uji f dan uji koefisien determinasi (R^2). Pengerjaan metode analisis data menggunakan bantuan SPSS 20 *Forwindows*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan. Hasil ini dapat dilihat berdasarkan pengujian koefisien determinasi yang menghasilkan nilai R square sebesar 0,567. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mampu mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan PT.Exzer Amsal Mandiri Medan 5,67 %.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan. Salahsatu cara menjaga kesehatan tubuh yang mudah ialah dengan mencuci tangan. Sehat juga menjadi salah satu investasi untuk meningkatkan produktivitas kerja guna meningkatkan kesejahteraan keluarga.Salah satu menjaga kesehatan tubuh dan memelihara kebersihan tangan adalah hal yang sangat penting. Dalam melakukan aktivitas sehari-hari tangan sering kali terkontaminasi dengan kuman, sehingga tangan menjadi perantara

masuknya kuman ke dalam tubuh . Hand sanitizeradalah merupakan pembersih tangan yang memiliki kemampuan anti kuman dalam menghambat hingga membunuh kuman. *Hand sanitizer* adalah cairanantiseptik pembersih tangan anti bakteri berbasis alkohol yang efektif membunuh bakteri dengan cepat dan juga praktis untuk digunakan dimana saja dan kapan saja. *Hand sanitizer* merupakan alat kesehatan yang banyak digemari oleh semua kalangan. Selain merek yang berbeda juga, banyak di minati oleh masyarakat yang menyukai *hand*

sanitizer. Menurut Garvin (2017) kualitas adalah keunggulan yang di miliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong (2015) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

PT. Exzer Amsal Mandiri yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang alat kesehatan salah satunya mendistribusikan produk Hand Sanitizer yang berjenis Cavirub BKC yang ada di PT.Exzer amsal mandiri.

Hand sanitizer cavirub bkc dalam tahun 2020 mengalami penjualan yang tidak stabil, dimana volume penjualan kadang naik dan kadang turun.hal ini dikarenakan banyaknya bermunculan produk baru hand sanitizer yang memiliki kualitas lebih baik, kemasan yang lebih menarik,dan memiliki banyak manfaat, dibandingkan dengan *hand*

sanitizer cavirub bkc.Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada 10 responden tentang harga yaitu, bahwasanya PT.Exzer Amsal Mandiri Medan mendapatkan skor tidak setuju dikarenakan jarang harganya turun terhadap keputusan pembelian karena kurang konsisten yang dilakukan oleh PT.Exzer Amsal Mandiri Medan.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan maka fenomena tersebut menjadikan PT.Exzer Amsal Mandiri Medan belum mampu mendorong konsumen untuk mempercayai kualitas produk dan harga dan meningkatkan dan mempertahankan keputusan pembelian.

Berdasarkan permasalahan yang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer Cavirub BKC* Pada PT. Exzer Amsal Mandiri Medan”.

Adapun tujuandaripenelitianiniadalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh

terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Heizer J dan Render B (2015), Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik sebuah produk atau jasa yang mengandalkan pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dijanjikan dan tersirat.

Menurut Goetsch dan Davis dan Chandra (2016) menyatakan bahwa kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Indikator kualitas produk menurut Tjiptono (2017:68) adalah sebagai berikut:

a) Hasil Produk (*performance*)

Karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli kinerja dari produk yang memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkomsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikomsumsi.

b) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*)

Merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap dari peoduk inti keistimewaan tambahan produk juga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk

pesaing yang sejenis. Ciri khas yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi tingkatkepuasan konsumen terhadap suatu produk.

c) Kehandalan (*Reliability*)

Kemungkinan kencil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan tingkat resiko kerusakan produk, menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima oleh konsumen terhadap produk, semakin kencil tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.

d) Kesesuaian dengan (*Spesifikasi Conformsance to Specification*)

Kesesuaian kinerja dan kualitas produk standar yang diinginkan. Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar ataupun spesifikasi yang telah ditentukan. Karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

Harga

Menurut Slamet Sugiri S (2015:164) definisi harga jual adalah biaya atau *Cost* ditambah dengan markup sebesar *persentase* tertentu dari biaya tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong (2019) adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya. Harga

bersifat fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat.

Menurut Hermann, et. al. (2017), ada tiga indikator yang mencirikan harga, yaitu:

a) Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga adalah harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Harapan pelanggan dalam melihat harga yaitu:

- i. Harga yang ditawarkan mampu dijangkau oleh pelanggan secara *financial*.
- ii. Penentuan harga harus sesuai dengan kualitas produk sehingga pelanggan dapat mempertimbangkan dalam melakukan pembelian.

b) Diskon/potongan harga

Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli.

c) Cara pembayaran

Cara pembayaran sebagai prosedur dan mekanisme pembayaran suatu produk / jasa sesuai ketentuan yang ada. Kemudahan dalam melakukan pembayaran dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan bagi nasabah dalam melakukan keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman Dan Karuk (2016:12), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Indikator untuk menentukan keputusan pembelian yang diambil dari (Kotler, 2016:212), yaitu:

a. Kemantapan pada sebuah produk

Dalam melakukan pembelian, konsumen akan memiliki salah satu dari beberapa alternatif yang ada. Pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga yang terjangkau, dan faktor-faktor lain yang dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli produk apakah produk tersebut benar-benar ingin digunakan atau dibutuhkan.

b. Kebiasaan dalam membeli produk

Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena

mereka sudah merasakan manfaat dari produk tersebut. Oleh karena itu, konsumen akan merasa tidak nyaman jika mencoba produk baru dan harus menyesuaikan diri lagi. Mereka cenderung memilih produk yang sudah biasa digunakan.

- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

Dalam melakukan pembelian, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti akan merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain. Mereka ingin orang lain juga merasakan bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain.

- d. Melakukan pembelian ulang

Kepuasan konsumen dalam menggunakan sebuah produk akan menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang produk tersebut. Mereka merasa produk tersebut sudah cocok dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan harapkan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode *kuantitatif* merupakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Jenis

penelitian ini berfungsi untuk membantu pelaksanaan penelitian agar berjalan dengan baik.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Exzer Amsal Mandiri, Jl. Flamboyan Raya Kompleks Griya Asam Kumbang, Blok E/35 Kota Medan.

Waktu penelitian dilaksanakan bulan April 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan PT. Exzer Amsal Mandiri Medan. Berdasarkan data yang didapatkan melalui survei ke PT. Exzer Amsal Mandiri Medan, sebanyak 742 responden dengan sampel yang berjumlah sebanyak 88 responden dengan rumus slovin dengan Teknik pengambilan sampel yang digunakan *non probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. *Accidental sampling*, yaitu Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan memiliki kriteria yang sesuai dijadikan sebagai sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisisioner online. Kuisisioner adalah salah satu metode penelitian yang terdiri dari sekumpulan pertanyaan atau jenis petunjuk lainnya yang bertujuan untuk mengumpulkan

informasi dari seorang responden. Kuisisioner penelitian biasanya merupakan campuran dari pernyataan tertutup dan pernyataan terbuka.

Adapun skor bagi penelitian lewat kuisisioner tersebut dihitung dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1 Skor Kuesioner

| No. | Kriteria | Skor |
|-----|---------------------------|------|
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Ragu-ragu (RR) | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

1.1 Teknik Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk menyajikan data temuan empiris yang menjelaskan hubungan variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam pengujian. Data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sebelum disajikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Model analisis data yang dipakai dalam penelitian ini untuk menguraikan data dan menjelaskan adalah sebagai berikut:

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Uji Instrumen
 - Uji Validitas
 - Uji Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik
 - Uji Normalitas
 - Uji Multikolinieritas

- Uji Heterokedastisitas
3. Analisis Regresi Linier Berganda
 4. Uji Hipotesis
 - Uji Parsial (Uji t)
 - Uji Simultan (Uji F)
 5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Instrumen

- Uji Validitas

Menurut Arikunto dalam jurnal Dewi (2017) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kejadian kevalidan atau kesalahan suatu instrument. Sebaliknya *instrument* yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya *instrument* yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid
2. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid

Didalam penelitian ini semua item pernyataan dinyatakan valid karena hasil uji validitas kualitas produk, harga dan keputusan pembelian $> 0,3610$.

- Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .808 | 22 |

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas dengan menggunakan uji statistik Cronbach alpha (α), menunjukkan

bahwa semua variabel memiliki *Cronbach alpha* > 0,60. Hal tersebut menunjukkan bahwa kuisioner yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk harga dan keputusan pembelian tersebut adalah reliabel..

Uji Asumsi Klasik

▪ **Uji Normalitas**

Uji normalitas data penelitian ini dilakukan dengan melalui perhitungan regresi yang dideteksi melalui dua pendekatan yaitu uji *kolmogrov Smirnov* dan analisa grafik *histogram* membandingkan antara dua observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Model *rergresi* yang baik adalah memiliki nilai *residual* yang berdistribusi normal.

1. Uji Kolomogrov-Smirnov

- a. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka nilai *residual* berdistribusi normal
- b. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka nilai *residual* tidak berdistribusi normal

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Sminornov

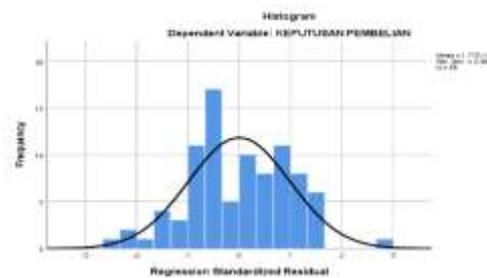
| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 88 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.76679659 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .076 |
| | Positive | .076 |
| | Negative | -.056 |
| Test Statistic | | .076 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas diperoleh besarnya Kolmogorov-smirnov adalah 0,200 Nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Grafik Histogram

Pada grafik *histogram* diatas, dapat dilihat bahwa grafik histogram berbentuk lonceng terbalik, tidak miring ke kiri dan ke kanan. Oleh karena itu data dikatakan berdistribusi normal.

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram

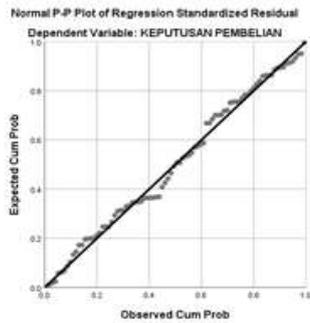


Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data pada grafik histogram tersebut dengan bentuk lonceng dan tidak miring ke kiri dan kekanan.

3. Grafik P-P-Plot

Pendekatan ini dilakukan dengan melihat data titik-titik yang tersebar disepanjang garis diagonal mengikuti garis diagonal, maka data berdistribusi normal.

Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P-Plot



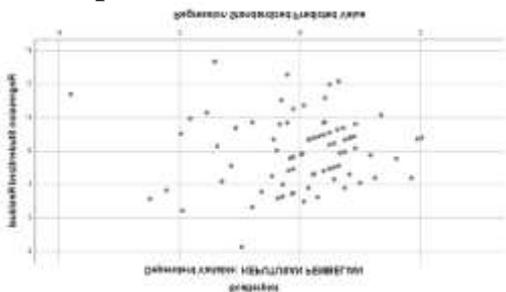
Gambar diatas menunjukkan data menyebar di dekatar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu, data dapat dikatakan berdistribusi normal.

▪ **Uji Multikolinieritas**

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS, diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variabel kualitas produk (X_1) dan Harga (X_2) sebesar $0,935 > 0,10$ sedangkan nilai VIF untuk variabel kualitas produk (X_1) dan Harga (X_2) sebesar $1.069 < 10$. Mengacu pada dasar pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dal model regresi.

▪ **Uji Heterokedastisitas**

Gambar 3 Hasil Uji Normalitas Scatterplot



Berdasarkan gambar *scatterplot* yang pada gambar diatas dapat dilihat titik-titik

menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independennya.

Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = 14,351 + 0,294 X_1 + 0,423 X_2$$

- 1) Konstanta (a) = 14,351 ini menunjukkan keputusan pelanggan constant dimana jika variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) = 0, maka keputusan pembelian = 14,351.
- 2) Koefisien b_1 (X_1) = 0,294 menunjukkan variabel terhadap kualitas produk, dengan kata lain variabel kualitas produk ditingkatkan maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,294.
- 3) Koefisien b_2 (X_2) = 0,423 menunjukkan variabel harga terhadap keputusan pembelian, dengan kata lain jika harga ditingkatkan maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,423.

Uji Hipotesis

▪ **Uji Parsial (Uji t)**

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS dapat dijelaskan bahwa kualitas

produk (X1) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y), maka H_a diterima dan H_o di tolak. Hal ini dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} (3,279) > t_{tabel} (1,666)$ dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$ dan harga (X2) juga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y), maka H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini dapat terlihat dari nilai $t_{hitung} (3,565) > t_{tabel} (1,666)$ dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$.

▪ **Uji Simultan (Uji F)**

Pada hasil pengolahan SPSS dapat dilihat bahwa nilai f_{hitung} adalah 15,719 dengan tingkat signifikan 0.000, sedangkan nilai f_{tabel} pada $\alpha=0,05$ adalah 2,37 maka dapat disimpulkan $f_{hitung} (15,719) > f_{tabel}(2,37)$ dan tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$. Hal ini mengidentifikasi bahwa hasil penelitian menolak H_o dan H_a diterima.

Dengan demikian kualitas produk dan harga secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Exzer Amsal Mandiri Medan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,753 ^a | ,567 | ,557 | 2,965 |

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS dapat dilihat data sebagai berikut: Data pada tabel ini menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,567 berarti 56,7% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga sedangkan sisanya sebesar 39,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini seperti variabel promosi, lokasi dan variabel lainnya.

Pembahasan

a) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi. Kualitas produk merupakan bagaimana menggambarkan produk tersebut dapat memberikan sesuatu yang dapat memuaskan konsumen. Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian disini adalah , perusahaan harus membuat keputusan yang tepat mengenai kualitas produk yang dijual agar dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan, dengan adanya kualitas produk maka konsumen akan mempertimbangkan PT.Exzer Amsal Mandiri Medan sebagai pilihan utama untuk menghabiskan waktu membeli hand sanitizer cavirub bkc tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis H_{a1} diterima yaitu kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel kualitas produk (X1) sebesar $3,279 > 1,666$ dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$.

b) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga merupakan salah satu faktor persaingan dalam memasarkan produk setiap perusahaan berlomba-lomba menawarkan harga yang menarik agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkan. Harga sangat berpengaruh penting dalam keberhasilan perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh dari penjualan produknya. Hubungan harga dengan keputusan pembelian disini adalah, jika perusahaan menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, dan jika terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan perusahaan bahkan menimbulkan kerugian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis H_{a2} diterima yaitu harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan dengan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel harga

(X2) sebesar $3,565 > 1,666$ dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$.

c) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Exer Amsal Mandiri Medan

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian pt.exzer amsal mandiri medan. Dapat dilihat pada tabel 4.29 dapat dilihat bahwa nilai f_{hitung} adalah dengan tingkat signifikannya 0,000, sedangkan nilai $f_{tabel} = 2,37$ maka dapat disimpulkan $f_{hitung} (15,719) > f_{tabel} (2,37)$ dan tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$. Hal ini mendentifikasikan bahwa hasil penelitian menolak Hodan H_0 diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- 1) Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan dengan nilai $t_{tabel} > t_{hitung}$ sehingga variabel kesadaran kualitas produk (X1) sebesar $3,279 > 1,666$ dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan sebelumnya oleh Angringan Prolima Patung Kuda, Wates Kulon Progo (2017) membuktikan bahwa Kualitas Produk Terdapat Pengaruh Positif Dan

Signifikan Secara Parsial Terhadap Variabel Keputusan Pelanggan.

- 2) Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel harga (X2) sebesar 3,565 > 1,666 dan nilai signifikannya 0,000 < 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan sebelumnya oleh Angringan Prolima Patung Kuda, Wates Kulon Progo (2017) membuktikan bahwa Harga Pengaruh Positif Dan Signifikan Secara Parsial Terhadap Variabel Keputusan Pelanggan.
- 3) Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan dapat dilihat pada tabel 4.29 dapat dilihat bahwa nilai f_{hitung} adalah 15,719 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan nilai $f_{tabel} = 2,37$. Maka dapat disimpulkan $f_{hitung} (15,719) > f_{tabel} (2,37)$ dan tingkat signifikannya 0,000 < 0,05. Hal ini mengidentifikasi bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan H_a diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Angringan Prolima Patung Kuda, Wates Kulon Progo (2017) membuktikan bahwa terdapat pengaruh

positif dan signifikan terhadap variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pelanggan.

Saran

Saran dan penulis berikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan, maka dari itu perusahaan diharapkan mampu membuat kualitas produk yang lebih menarik serta desain produk agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT.Exzer Amsal Mandiri Medan, maka dari itu perusahaan diharapkan mampu membuat harga yang bervariasi agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Kualitas produk dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada pt.rxzer amsal mandiri medan, maka di harapkan kepada perusahaan agar menjaga dan mengembangkan harga PT.Exzer Amsal Mandiri Medan agar konsumen dapat terus membeli produk dari PT.Exzer Amsal Mandiri Medan.

DAFTAR PUSTAKA

Abid Muhtarom. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok

- Surya. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akutansi*.
- Denny Kristiana. 2018. Pengaruh Kualitas produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Mahasiswa
- Friani, Gloria Igir. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Giovanni. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *jurnal pemasaran kompetitif*.
- Harahap. 2018. Pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian Masker Wajah Mustika Ratu.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS. Semarang : Universitas Di Ponegoro
- Nurdiansyah, Dedi. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Dibandar Lampung.
- Nur Hayati. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Liptik Pixy.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung alfabeta
- U, Habibah. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pada CV. Sultan Jepara Mebel Laut Dendang Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Wibowo. 2016 Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux 9 survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*
- Widiyanto. 2017. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kompor Geni Di Sidoharjo. *Jurnal Manajemen Pusat Bekasi*.
- Elizabeth, H. I. (2021). Pengaruh Promosi Perpustakaan Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan Pada Perpustakaan Universitas Darma Agung (UDA) Medan. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 45-59.
- Ginting, M. H. (2021). Pengaruh Keterlibatan Pelanggan Dan Pemasaran Sosial Media Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Lim's Cafe Kisaran. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 183-192.
- Haloho, E. G. (2022). Pelatihan Manajemen Pemasaran Dengan Konsep Integrated Marketing Communication (IMC) Untuk Meningkatkan Motivasi Kewirausahaan Pada Mahasiswa Semester VII (Tujuh) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia . *Jurnal Abdimas Mutiara*, 158-163.
- Haloho, E. H. (2021). Pengaruh Faktor Responsiveness Dan Tangibles Terhadap Kepuasan Pemustaka Pada Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 74-88.
- Haloho, E. P. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Tingkat

Kepuasan Konsumen Pada PT.
Indomarco Prismatama
Simalingkar Medan. *Jurnal
Mutiara Manajemen*, 45-52.

Harefa, H. S. (2022). Analisis
Perlindungan Hak Konsumen Pada
Pengguna Aplikasi Lazada (Studi
Kasus Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Sari Mutiara Indonesia.
*Jurnal Manajemen dan Akuntansi
Medan*, 85-94.

Nurmali, M. H. (2020). Pengaruh Inovasi
Produk Dan Media Sosial Terhadap
Keunggulan Bersaing Pada Cafe
Rilek's Medan. *Jurnal Mutiara
Manajemen*, 62-72.

Sinaga, I. B. (2020). Pengaruh Kualitas
Pelayanan Terhadap Keunggulan
Bersaing Pada Champion Cafe
Medan. *Jurnal Mutiara
Manajemen*, 73-80.

Taslulu, M. A. (2020). Pengaruh
Pertunjukan Musik Dan Harga
Produk Terhadap Loyalitas
Pelanggan Di Cafe Rilek's Medan.
Jurnal Mutiara Manajemen, 51-58.