

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur

Joko Prambudi¹, Jati Imantoro³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Metro

Email : bunutprambudi@gmail.com

ABSTRACT

The development of the poultry business, namely floating birds, is increasingly making competition in this industry even tighter. So that the Maleo SME business can be successful in the competition, must try to create and retain customers, so that this goal is achieved, the company must strive to produce goods and services that consumers want at affordable prices, thus, it must be able to understand consumer behavior on its target to increase product sales Maleo SMEs, because the survival of their business to meet the needs and desires of consumers is very dependent on these purchasing decisions. The research objective is to find out The Effect of Product Quality and Product Prices on Product Purchasing Decisions at Maleo UKM, East Lampung, this is done to solve the problem of how the business that has been run can continue to grow and run successfully in a competitive environment so that it can achieve the desired profit. This type of research used in research is quantitative research. The quantitative research method is one type of research whose specifications are systematic, well-planned and clearly structured from the start to the making of the research design. The results of the research on product quality have a significant effect on purchasing decisions in Maleo UKM, East Lampung. Product prices have no and insignificant effect on purchasing decisions at Maleo UKM, East Lampung. The quality of the product and the price of the product together have a significant and significant effect on the purchasing decision of the Maleo UKM, East Lampung.

Keywords : Product Quality, Product Price, Purchase Decision

ABSTRAK

Perkembangan usaha kebutuhan unggas yaitu burung dilampung semakin banyak membuat persaingan pada industri ini menjadi semakin ketat. Sehingga usaha UKM Maleo dapat sukses dalam persaingan harus berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan, agar tujuan tersebut tercapai, maka perusahaan harus berupaya menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang terjangkau, dengan demikian, harus mampu memahami perilaku konsumen pada sasarannya untuk meningkatkan penjualan produk pada UKM Maleo, karena kelangsungan hidup usahanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada keputusan pembelian tersebut. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Lampung Timur hal ini dilakukan untuk memecahkan permasalahan bagaimana bisnis yang sudah dijalankan tersebut dapat terus berkembang dan berjalan dengan sukses pada lingkungan yang kompetitif sehingga dapat mencapai keuntungan seperti yang diinginkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Hasil penelitian Kualitas Produk

berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UKM Maleo Lampung Timur. Harga produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada UKM Maleo Lampung Timur. Kualitas produk dan harga produk secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UKM Maleo Lampung Timur.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan usaha bisnis semakin meningkat pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Tak terkecuali pada UKM Maleo Lampung Timur yang bergerak pada usaha kebutuhan pecinta unggas yaitu burung. Kondisi perkembangan produk sejenis yang sangat pesat ini mendorong perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi perusahaan pesaing. Dalam dunia marketing, konsumen merupakan hal yang perlu diperhatikan, jika suatu perusahaan atau pedagang tidak memiliki konsumen, maka akan sia-sia barang tersebut diperdagangkan. Konsumen adalah seorang individu yang secara terus menerus datang ketempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan jasa tersebut. Menarik minat konsumen agar membeli produk yang ditawarkan dan harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

Fenomena yang sangat memperhatikan adalah keputusan pembelian yaitu dimana keputusan akhir konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis meningkatnya penjualan sebuah produk sehingga perusahaan mampu mengembangkan usaha yang dibuatnya. Keputusan pembelian terjadi karena beberapa faktor yaitu dimana konsumen menilai kualitas dari produk yang dipasarkan dan harga yang sesuai dengan kualitas yang didapat sehingga konsumen merasa puas menggunakan produk yang mereka beli. Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka peneliti tertarik melakukan observasi pendahuluan melalui wawancara dengan pemilik UKM Maleo Lampung Timur guna mendapatkan data penjualan produknya. Dan pada penelitian ini peneliti menggunakan produk kunci kandang sebagai objek penelitian.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka penulis melakukan penelitian dengan mengangkat judul tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Lampung Timur”.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang hendak diselidiki atau diteliti dalam kegiatan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memberikan bukti empiris tentang

“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Lampung Timur” yang berlokasi di 38 B Banjar Rejo Lampung Timur.

Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif dengan pendekatan kuantitatif, artinya dalam penelitian ini yang dilakukan yaitu dengan menekankan analisis pada data-data numerik berupa angka-angka yang diperoleh dari angket kuesioner.

Definisi Operasional Variabel Penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, yaitu variabel bebas kualitas produk (X1), harga produk (X2) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y).

Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen, atau unit penelitian, atau unit analisis yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang akan dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengamatan). Dengan kata lain, populasi adalah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Maman Abdurahman 2011 : 130). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah sebagian konsumen yang berada di provinsi Lampung dan populasi yang terjangkau adalah konsumen yang berada di Kota Metro.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016 : 81) menyatakan bahwa sampel diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan

Metode Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan : n = Ukuran sampel N = Ukuran populasi e = Nilai kritis atau taraf kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi (misal = 10%, dan seterusnya).

Berdasarkan Metode Slovin diatas maka akan diperoleh besarnya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{220}{1 + 220(0.10)^2}$$

n = 68,75 agen dibulatkan menjadi 70 responden

Teknik Pengumpulan Data

Menurut sugiono (2009:193) “teknik pengolahan data adalah cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data”. Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data, dapat berupa sumber primer dan sekunder. 1. Sumber Primer Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data. Dan jika dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya.

- a. *Interview* (Wawancara) Teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara langsung kepada
- b. Kuesioner (Angket) Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk mendapatkan jawaban.
- c. Observasi (Pengamatan) Teknik yang dilakukan secara langsung dengan mengamati objek yang diteliti berdasarkan fenomena yang terjadi.
- d. Dokumentasi Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan oleh penelitian untuk memperoleh data atau informasi yang akurat bisa dalam bentuk arsip dokumen, gambar dan lain-lain yang dapat mendukung dalam melakukan kegiatan penelitian.

2. Sumber Sekunder

Menurut Sugiyono (2009:193)

“sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data”. Misalnya, melalui orang lain atau dokumen.

Teknik Analisis Data

1. Pengujian Persyaratan

Instrumen

Pengujian persyaratan instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui derajat ketepatan antara data yang dikumpulkan oleh peneliti. a. Uji Validitas Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan dan kesesuaian antara data yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2012:348) menyatakan bahwa uji validitas dilakukan untuk menunjukkan derajat ketepatan antara data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkolerasikan antara skor butir dengan skor total. Metode kolerasi yang dipakai dalam penelitian ini untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah kolerasi pearson product moment. Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Keterangan :

r hitung = koefisien korelasi

$\sum X$ = jumlah skor butir

$\sum Y$ = jumlah skor total

N = jumlah sampel

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh responden sampel dengan syarat pengujian apabila r hitung > r tabel dengan $\alpha=0,05$ dengan bunyi hipotesis berdasarkan uji dinyatakan validitas dan jika r hitung < r tabel maka hipotesis tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menguji apakah suatu item/instrumen pertanyaan kuesioner merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut definisi sugiyono (2012:354) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan alat uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan dengan berulang-ulang. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ni dengan menggunakan rumus

Crowbach's Alpha". sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum a_{bt}^2}{a_{bt}^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} = koefisien reliabilitas.

k = banyaknya butir pertanyaan.

$\sum a_{bt^2}$ = jumlah variabel butir.

a_{bt^2} = varians total.

Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hasil pengujian hipotesis tersebut reliabel dan juga sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka hasil pengujian hipotesis tidak reliabel. Pengujian penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 20. For windows dengan model Cronbach's Alpha.

2. Pengujian Persyaratan Analisis Data

a. Uji Normalitas Uji normalitas adalah alat yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai kontribusi normal atau tidak karena data yang diperoleh dari menyebar angket kusoner yang diberikan kepada responden. Pengujian statistik dilakukan dengan melihat nilai probability value $> 0,05$ maka H_0 diterima (berdistribusi normal) dan jika nilai probability value $< 0,05$ maka H_a ditolak (tidak berdistribusi normal). Hasil pengujian dapat dilihat berdasarkan garis diagonal dengan grafik histogramnya menuju pada distribusi normal.

b. Uji Linieritas Uji linieritas adalah alat uji yang dilakukan untuk mengetahui sifat yang berhubungan secara linier dari kedua variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikansi dengan variabel dependen. Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier.

3. Uji Analisis Regresi Berganda

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:41). Uji analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas independen (x_1 , dan x_2) terhadap variabel terikat dependen (Y). Dalam perhitungan analisis regresi berganda menggunakan perangkat lunak yaitu program SPSS versi 20. For windows. Rumusan yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga Produk e = error term

Berdasarkan rumus di atas maka diketahui hasil perhitungan analisis regresi linier berganda yaitu dengan melihat nilai konstanta pada tabel Unstandardized coefficients.

4. Uji hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t) Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen (X_1 , dan X_2), secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Hasil pengujian (Uji t) Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian tersebut. Berikut adalah langkah-langkah (Uji t) dengan rumus uji parsial sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{sb}$$

Dimana :

B = koefisien regresi

Sb = standard error

Diketahui hasil perhitungan analisis data sebagai berikut karakteristik uji t

Jika H_0 diterima maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau dengan nilai sig < 0,05.

Jika H_a diterima maka nilai

$$t_{hitung} > t_{tabel}, \text{ atau nilai sig} > 0,05.$$

b. Uji bersama-sama (Uji f) Uji bersama-sama (Uji f) dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel bebas independen) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Berdasarkan hasil pengujian (Uji f) dapat dilihat pada nilai output program SPSS 20. For windows dengan rumus sebagai berikut:

$$f_{hitung} = \frac{R^2 k}{1 - R^2 / n - k - 1}$$

Dimana: R^2 = koefisien determinan k = banyaknya variabel independen n = banyaknya ukuran sampel Menentukan kriteria (Uji f). Jika H_0 diterima maka nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig > 0,05. Jika H_a diterima maka nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig < 0,05. 5. Koefisien Determinasi (R^2) Pengujian Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel satu dengan variabel yang lain. Untuk Menghitung besarnya persentase derajat kontribusi variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu dengan rumus mengkuadratkan angka (R^2). Sebagai berikut

$$KP = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

KP= nilai kontribusi korelasi

R^2 = koefisien ditermina

6. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan dugaan atau pernyataan sementara yang perlu diuji kebenarannya. Menurut definisi Made Putrawan (2017:28) menyatakan bahwa di dalam merumuskan hipotesis perlu diperhatikan adalah parameter apa yang akan diuji dalam penelitian dan melakukan pengujian dua pihak (two tail test) dengan hipotesis statistik nol (H_0): $\beta > 0$ dan hipotesis alternatif (H_a) $\beta < 0$. Sebagai berikut yaitu:

- a. $H_0: \beta_1 > 0$: adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian (Y).
 $H_a: \beta_1 < 0$: tidak adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- b. $H_0: \beta_2 > 0$: adanya pengaruh signifikan antara harga produk terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- c. $H_a: \beta_2 < 0$: tidak adanya pengaruh signifikan antara harga produk terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- d. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_y > 0$: adanya pengaruh signifikan secara bersama-sama antara kualitas produk, dan harga produk terhadap Keputusan Pembelian (Y).
 $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_y < 0$: tidak adanya pengaruh signifikan secara bersama-sama antara kualitas produk, dan harga produk, terhadap Keputusan Pembelian (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah dikumpulkan oleh peneliti dengan berupa kuesioner sebanyak 20 item/instrumen pertanyaan. kemudian direkapitulasi dan dianalisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas

(independen) terhadap variabel terikat (dependen) dengan menggunakan analisis kuantitatif.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Berdasarkan perhitungan validitas penulis menggunakan program SPSS versi 20 lalu diukur dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid, begitu pula sebaliknya. Adapun nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% (0,05) adalah sebesar 0,235. Berdasarkan hasil pengujian validitas kuesioner, maka rekapitulasi pengujian validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5: Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

No. Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0.280	>0.235	Valid
Item 2	0.378	>0.235	Valid
Item 3	0.282	>0.235	Valid
Item 4	0.400	>0.235	Valid
Item 5	0.714	>0.235	Valid
Item 6	0.430	>0.235	Valid
Item 7	0.552	>0.235	Valid
Item 8	0.409	>0.235	Valid
Item 9	0.557	>0.235	Valid
Item 10	0.406	>0.235	Valid
Item 11	0.430	>0.235	Valid
Item 12	0.574	>0.235	Valid
Item	0.455	>0.235	Valid

13			
Item 14	0.554	>0.235	Valid
Item 15	0.409	>0.235	Valid
Item 16	0.473	>0.235	Valid
Item 17	0.656	>0.235	Valid
Item 18	0.701	>0.235	Valid
Item 19	0.714	>0.235	Valid
Item 20	0.574	>0.235	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS Versi 20, tahun 2020 Berdasarkan tabel 5. dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner Kualitas Produk (X1) dinyatakan valid.

Tabel 6: Uji Validitas Variabel Harga Produk (X2)

No. Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0.341	>0.235	Valid
Item 2	0.537	>0.235	Valid
Item 3	0.547	>0.235	Valid
Item 4	0.588	>0.235	Valid
Item 5	0.336	>0.235	Valid
Item 6	0.489	>0.235	Valid
Item 7	0.419	>0.235	Valid
Item 8	0.635	>0.235	Valid
Item 9	0.460	>0.235	Valid
Item 10	0.316	>0.235	Valid
Item 11	0.535	>0.235	Valid
Item 12	0.495	>0.235	Valid
Item	0.563	>0.235	Valid

13			
Item 14	0.519	>0.235	Valid
Item 15	0.274	>0.235	Valid
Item 16	0.245	>0.235	Valid
Item 17	0.275	>0.235	Valid
Item 18	0.318	>0.235	Valid
Item 19	0.390	>0.235	Valid
Item 20	0.535	>0.235	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS Versi 20, tahun 2020 Berdasarkan tabel 6. dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner Harga Produk (X2) dinyatakan valid.

Tabel 7: Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No. Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0.312	>0.235	Valid
Item 2	0.339	>0.235	Valid
Item 3	0.433	>0.235	Valid
Item 4	0.342	>0.235	Valid
Item 5	0.423	>0.235	Valid
Item 6	0.598	>0.235	Valid
Item 7	0.690	>0.235	Valid
Item 8	0.730	>0.235	Valid
Item 9	0.461	>0.235	Valid
Item 10	0.436	>0.235	Valid
Item 11	0.597	>0.235	Valid
Item 12	0.690	>0.235	Valid

Item 13	0.694	>0.23 5	Valid
Item 14	0.384	>0.23 5	Valid
Item 15	0.397	>0.23 5	Valid
Item 16	0.668	>0.23 5	Valid
Item 17	0.672	>0.23 5	Valid
Item 18	0.471	>0.23 5	Valid
Item 19	0.321	>0.23 5	Valid
Item 20	0.672	>0.23 5	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS Versi 20, tahun 2020 Berdasarkan tabel 7. dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid.

- c. **Uji Reliabilitas** Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur ini dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Adapun hasil reliabilitas yaitu sebagai berikut :

Tabel 8: Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.883	20

Tabel 9: Uji Reliabilitas Harga Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.853	20

Tabel 10: Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.893	19

Tabel 11: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's <i>alpha</i>
X1	0,883
X2	0,853
Y	0,893

Sumber : hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20, tahun 2020 Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil pengujian reliabilitas untuk variabel X₁ nilai Cronbach's alpha sebesar 0,883, variabel X₂ nilai Cronbach's alpha sebesar 0,853 dan variabel Y nilai Cronbach's alpha sebesar 0,893. Karena nilai diatas 0,4 maka variabel X₁, X₂, dan Y dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal, yaitu dengan menggunakan Uji Kolmogrov dengan bantuan SPSS 20.

Tabel 12: Hasil Uji

Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Y	.093	70	.200 [*]	.964	70	.042
X1	.075	70	.200 [*]	.976	70	.202
X2	.092	70	.200 [*]	.974	70	.155

a. Lilliefors Significance Correction
b. This is a lower bound of the true significance.
Sumber : hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20, tahun 2020

Berdasarkan tabel 12. hasil uji normalitas diperoleh angka 0.200 jika lebih besar dari angka 0.05, maka dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian berdistribusi normal. b. Uji linieritas Uji linieritas adalah alat yang digunakan untuk menguji apakah data kuesioner tersebut memiliki sifat atau hubungan secara linier antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Artinya berdasarkan pengujian linieritas yang dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas (independen) mempunyai sifat hubungan yang linier secara signifikan atau tidak antara

variabel kualitas produk (x1), dan harga produk (x2). Berdasarkan dari hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 13 Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * KUALITAS PRODUK	(Combined)	2959.521	26	113.828	7.0150	.000
	Between Groups	2267.506	1	2267.506	139.7390	.000
	Deviation from Linearity	692.015	25	27.681	1.706	.061
	Within Groups	697.750	43	16.227		
	Total	3657.271	69			

Pada tabel menunjukkan bahwa nilai pada output tabel ANOVA dapat diketahui nilai signifikan Linierity adalah sebesar $= (0,61 > 0,05)$ yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel kualitas produk (X1) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Diketahui nilai F_{hitung} 1,706 dan diperoleh nilai F_{tabel} pada pembilangan 25 dan penyebut 43 sebesar 1.79 Karena F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Tabel 14 Hasil Uji Linieritas Harga Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * HARGA PRODUK	Between Groups	(Combined)	1976.255	24	82.344	2.204	.011
		Linearity	121.811	1	121.811	3.261	.078
		Deviation from Linearity	1854.444	3	80.628	2.158	.014
	Within Groups		1681.017	45	37.356		
	Total		3657.271	69			

Pada tabel menunjukkan bahwa nilai pada output tabel ANOVA dapat diketahui nilai signifikan Linierity adalah sebesar $= (0,014 < 0,05)$ yang artinya terdapat hubungan yang linier tidak signifikan antara variabel Harga produk (X2) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Diketahui nilai F_{hitung} 2.158 dan diperoleh nilai F_{tabel} pada pembilangan 23 dan penyebut 45 sebesar 1.78 Karena

F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang tidak signifikan antara variabel harga produk (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

3. Uji Persamaan

a. Uji Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif. Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut :

Tabel 15: Uji Regresi Linear Berganda

Dari hasil tabel 15. analisis regresi linear berganda dapat diketahui persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$Y = 9.445 - 0,817 X_1 + 0,030 X_2$ Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 9.445 artinya jika tidak dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk (X1) Harga produk (X2) maka nilai Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 9.445.

2. Koefisien regresi berganda variabel Kualitas Produk (X1) sebesar -0.817
3. Koefisien regresi berganda variabel Harga Produk (X2) sebesar 0.030

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diatas, telah diketahui nilai pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat yaitu variabel Kualitas Produk (X2). Hal ini sudah terbukti dengan didapatkannya nilai regresi berganda pada variabel kualitas produk (X2) yang paling besar bernilai 0,817 atau sebesar 81,7%.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.445	7.054		1.339	.185
Kualitas Produk	.817	.080	.795	10.189	.000
Harga Produk	-.030	.079	-.030	-.387	.700
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					
<i>Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20, tahun 2020</i>					

4. Uji Hipotesis a. Uji persial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kualitas produk dan harga produk) secara variabel terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Dengan tingkat signifikan 0,05 dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 di terima dan H_a di tolak.

Adapun uji t yaitu sebagai berikut :

Tabel 16: Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.445	7.054		1.339	.185
Kualitas Produk	.817	.080	.795	10.189	.000
Harga Produk	-.030	.079	-.030	-.387	.700

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 16. maka dapat diketahui bahwa nilai t tabel dalam penelitian ini yaitu untuk derajat kebebasan $df = 68$ ($df = n-2$) dengan signifikan 10% adalah sebesar 1,667 (tabel t terlampir). Sedangkan perhitungan t hitung diperoleh sebagai berikut :

- 1) Variabel kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh variabel Kualitas Produk memiliki t hitung sebesar 10.189 lebih besar dari t tabel sebesar 1,667. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,000 maka lebih kecil daripada probabilitas (0,05) Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 2) Variabel Harga Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh variabel Harga Produk memiliki t hitung sebesar -0.387 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,667. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan nilai signifikan Harga Produk sebesar 0,700 maka lebih besar dari pada probabilitas (0,05). Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa harga produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

C. Uji bersama-sama (Uji F)

Pengujian hipotesis uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara keseluruhan variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikan 0,05 adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a diterima. Hasil perhitungan dengan nilai F diperoleh sebagai berikut :

Tabel 17: Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2270.598	2	1135.299	54.854	.000 ^a
Residual	1386.673	67	20.697		
Total	3657.271	69			
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga Produk					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					
<i>Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20, tahun 2020</i>					

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga produk secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Maleo Lampung Timur. Hal ini dapat dilihat dari f_{hitung} 54.854 dengan nilai probabilitas 0.00 lebih kecil dari 0.05 dan diperoleh nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$. Diperoleh nilai f_{tabel} dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% $\alpha = 5\%$ nilai (df_1) k-1, 3-1 = 2 dan (df_2) n-k, 70-3 = 67 maka nilai f_{tabel} (54.854 > 3,13). Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan untuk menerangkan variasi variabel dependen. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 18: Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.621	.610	4.549
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga Produk				
<i>Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20, tahun 2020</i>				

Berdasarkan tabel 18. dapat disimpulkan bahwa uji Determinasi menunjukkan nilai (*R square*) sebesar 0,621 atau 62,1% hal ini dapat mengetahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga Produk (X2) secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 62,1% dan sisanya 37,9% tidak dipengaruhi oleh variabel yang diteliti atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Hipotesis Statistik

Hipotesis Statistik merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu di uji kebenarannya.

a. Uji Hipotesis variabel Kualitas produk (X1)

Tabel 19: Hasil Hipotesis statistik X1 terhadap Y

Sampel	Koefisien β	t hitung	t table
70	0.817	10.189	1.667

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS versi 20, tahun 2020

Berdasarkan pada tabel 19. Menunjukkan koefisien variabel kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian diperoleh dengan $t_{hitung} = 10.189 > t_{tabel} = 1.667$, maka dapat disimpulkan kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

c. Uji Hipotesis Variabel Harga Produk (X2)

Tabel 20: Hasil Hipotesis statistik X2 terhadap Y

Sampel	Koefisien β	t hitung	t table
70	0.079	-0.387	1.667

Sumber : Hasil pengolahan data

SPSS versi 20, tahun 2020

Berdasarkan pada tabel 20. Menunjukkan koefisien variabel harga produk terhadap Keputusan pembelian diperoleh dengan $t_{hitung} = -0.387 < t_{tabel} = 1.667$, maka dapat disimpulkan harga produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

d. Uji Hipotesis

Tabel 21: Hasil Hipotesis statistik X1, X2, terhadap Y

Sampel	f hitung	f table
70	54.854	3.13

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS versi 20, tahun 2020

Berdasarkan pada tabel 21. Menunjukkan koefisien variabel Kualitas Produk dan Harga Produk diperoleh dengan $f_{hitung} = 54.854 > f_{tabel} = 3.13$, maka dapat disimpulkan Kualitas Produk (X1) dan Harga Produk (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

C. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Hasil penelitian Harga Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, hal ini dapat dilihat dari uji t yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas Produk memiliki nilai signifikan 0,000 pada tabel *cofficien* dengan nilai derajat signifikan $\alpha = 0,05$ yang mengartikan $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} 10,198$ sedangkan $t_{tabel} 1,667$ dengan demikian nilai $t_{hitung} 10,189 > t_{tabel} 1,667$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Maleo Lampung Timur.

2. Pengaruh harga Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Hasil penelitian Harga Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, hal ini dapat dilihat dari uji t yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa harga Produk memiliki nilai signifikasi 0,700 pada tabel *cofficien* dengan nilai derajat signifikan $\alpha = 0,05$ yang mengartikan $0,700 > 0,05$, hal ini menunjukkan harga Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga Produk nilai $t_{hitung} 387$ sedangkan $t_{tabel} 1,667$ dengan demikian nilai $t_{hitung} -387 < t_{tabel} 1,667$ dengan tingkat signifikan $0,700 > 0,05$ hal ini menunjukkan harga Produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Maleo Lampung Timur.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian pada UKM Maleo Lampung Timur, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UKM Maleo Lampung Timur.
2. Harga produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada UKM Maleo Lampung Timur.
3. Kualitas produk dan harga produk secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UKM Maleo Lampung Timur.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk UKM Maleo agar dapat mempertahankan kualitas produk yang dipasarkan agar terus meningkatkan penjualan produk-produk dari UKM Maleo.
2. Bagi UKM Maleo agar dapat mempertahankan atau meningkatkan keputusan pembelian maka kualitas produk di pertahankan atau ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, K dan Keller, K.L. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi keTiga Belas, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga

- Masda, Pinta Gustiana. 2014. *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai di Kota Payakumbuh*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Rahmadi, Aang, C. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Hajarmukti Kota Cirebon*, Jurnal Logika. 3. 61-75. Basu, Swasta dan Irawan. (2008). ManajemenPemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty
- Sifa, Ravena. 2016. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Venus Bakery*. Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Susanto, Agus. 2013. *Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmelati Demak*. Semarang: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Putri, Nurmalitasari. 2017. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Kartu 4G LTE Di STIE Widya Wiwaha Yogyakarta*.
- Kotler, Philip, dan Gery Amstrong. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Saladin, D. (2004). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Peranan, Pelaksanaan, an Pengendalian*. Bandung: Linda Karya