

---

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. INDAH SAKTI MOTORINDO MEDAN**

**Jessisca<sup>1</sup>, Umar Hamdan<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Dharmawangsa

[jessisca0246@gmail.com](mailto:jessisca0246@gmail.com) , [umarhamdan@dharmawangsa.ac.id](mailto:umarhamdan@dharmawangsa.ac.id)

---

### **Article History:**

Received: 30 Juni 2022

Revised: 01 November 2022

Accepted: 25 Desember 2022

**Keywords:** *Kualitas Produk,  
Harga, Keputusan Pembelian*

**Abstract:** *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan secara simultan dan parsial. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, sumber data penelitian berupa data primer dan sekunder. Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT. Indah Sakti Motorindo Medan dari Bulan Juli 2020 – Juli 2022 yakni sebanyak 30 pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode sampling jenuh dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian dengan metode kuesioner, observasi dan penelitian kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dan metode analisis regresi linier berganda yang menggunakan aplikasi SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variable kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Secara simultan diperoleh bahwa variable kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai R square, 0,649 berarti variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga sebesar 64,9%, sedangkan sisanya 35,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini ini.*

---

## **PENDAHULUAN**

Sejalan dengan perkembangan teknologi saat ini dibidang otomotif yang semakin canggih dan modern khususnya dalam industri sepeda motor. Persaingan antara perusahaan yang sangat semakin tajam ini terutama dalam hal perusahaan yang sejenis. Semua dapat ditunjukkan dengan persaingan harga yang kompetitif dan persaingan dalam peluncuran produk baru dengan kualitas yang sama-sama baik pula yang secara tidak langsung akan membingungkan konsumen dalam menentukan pilihannya untuk membeli produk tersebut.

Manajemen pemasaran erat kaitannya dengan tata cara penjualan. Manajemen pemasaran juga harus dilakukan secara benar agar mampu memberikan hasil yang positif bagi usaha itu

sendiri. Melalui manajemen tersebut seseorang dapat mengatur cara agar produknya mampu menjangkau konsumen yang ada dipasaran.

Menurut Hery, seorang ahli teori manajemen terkemuka bernama Peter Drucker menyatakan bahwa orang dapat mengasumsikan selalu ada kebutuhan penjualan (Hery, 2019). Akan tetapi tujuan pemasaran bukan untuk memperluas penjualan. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa cocok dengan pelanggan, dan selanjutnya menjual dengan sendirinya. Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Semua yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa tersebut. Menurut Arifin, “bauran pemasaran adalah serangkaian taktik pemasaran yang dirancang oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan pasar” (Arifin, 2019:85). Menurut Wisnawa dkk, “bauran pemasaran adalah sumber daya yang dimiliki, dikelola dan dikomunikasikan kepada pelanggan dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Wisnawa dkk, 2019:19).

Selain kualitas produk, pada umumnya konsumen juga mempertimbangkan harga produk tersebut. Harga dapat dikatakan sebagai sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Sedangkan menurut Manap, “harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang” (Manap, 2016:289).

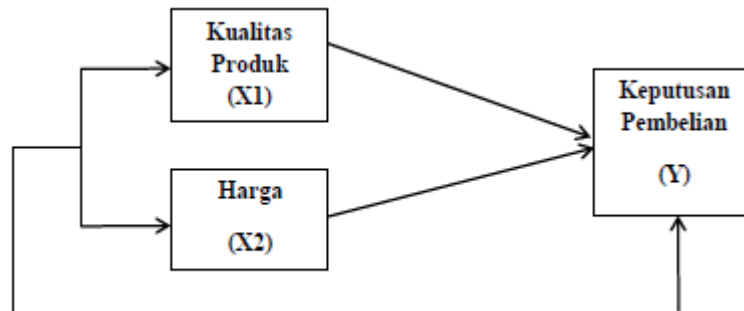
Menurut Arumsari, “kualitas produk adalah faktor-faktor yang terkandung dalam sebuah barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil yang cocok dengan tujuan barang yang diproduksi”(Arumsari, 2012:45). Semakin baik kualitas produk yang terdapat dalam suatu produk maka akan semakin menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Jika dalam sebuah produk terdapat kualitas yang sudah terjamin mutunya, maka konsumen tidak akan memilih produk lain akan tetapi tetap membeli barang yang sudah terjamin kualitasnya.

PT. Indah Sakti Motorindo Medan merupakan sebuah perusahaan yang menjual kendaraan sepeda motor yang bermerek Honda di Medan. Perusahaan berupaya untuk mendapatkan peningkatan penjualan sepeda motor honda. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu, perusahaan harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

## METODE

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Indah Sakti Motorindo Medan, jalan Arief Rahman Hakim No. 11-14, Kelurahan Sukaramai II, Kecamatan Medan City, Kota Medan, Sumatera Utara. sampel dalam penelitian ini sama dengan jumlah populasi yaitu sebanyak 30 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan data adalah: Kuesioner, Observasi dan Penelitian Kepustakaan (*Library Research*).

Berdasarkan kajian pustaka, penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis tersebut, maka dapat disusun kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**  
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

### Deskripsi Responden

Deskripsi responden merupakan unit analisis/ observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik responden yang diperoleh dari hasil penelitian pengolahan data dari kuesioner, misalnya kualitas produk, harga yang ditawarkan, dan yang berkaitan dengan keputusan pembelian. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 30 pelanggan yang melakukan pembelian kembali (*Repeat Order*) Sepeda Motor Honda BeAT PT. Indah Sakti Motorindo Medan. Deskripsi responden berdasarkan usia dan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

| Umur Responden | Jumlah | Persentase |
|----------------|--------|------------|
| 18 – 25        | 12     | 40 %       |
| 26 – 30        | 8      | 26,7 %     |
| 31 – 35        | 3      | 10 %       |
| 36 – 40        | 7      | 23,3 %     |
| Total          | 30     | 100%       |

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| Perempuan     | 19     | 63,3%      |
| Laki-Laki     | 11     | 36,7%      |
| Total         | 30     | 100%       |

### Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

| No | Pertanyaan   | Pearson Correlation | Batas Minimal Korelasi | Keterangan |
|----|--|---------------------|------------------------|------------|
| 1  | Saya membeli sepeda motor Honda karena mesinnya jarang bermasalah. | 0,614               | 0,361                  | Valid      |
| 2  | Saya membeli sepeda motor Honda karena bahan bakarnya              | 0,477               | 0,361                  | Valid      |

|    |  |       |       |       |
|----|--|-------|-------|-------|
|    | irit.  |       |       |       |
| 3  | Sepeda motor Honda yang saya gunakan awet untuk jangka waktu yang lama.                                      | 0,731 | 0,361 | Valid |
| 4  | Model sepeda motor Honda sesuai dengan keinginan saya.   | 0,575 | 0,361 | Valid |
| 5  | Ukuran sepeda motor Honda sesuai dengan keinginan saya.  | 0,383 | 0,361 | Valid |
| 6  | Sepeda motor Honda memberikan pilihan warna yang beragam sesuai dengan selera saya.                          | 0,519 | 0,361 | Valid |
| 7  | Saya membeli Sepeda motor Honda karena menggunakan teknologi PGM-FI sehingga menghemat konsumsi bahan bakar. | 0,657 | 0,361 | Valid |
| 8  | Saya membeli sepeda motor Honda karena desainnya yang Sporty dan elegan sesuai dengan keinginan saya         | 0,643 | 0,361 | Valid |
| 9  | Suku cadang sepeda motor Honda mudah saya dapatkan.  | 0,628 | 0,361 | Valid |
| 10 | Bengkel AHASS mudah saya temukan.  | 0,675 | 0,361 | Valid |

Dari tabel 3 diatas nilai uji validitas untuk variabel produk lebih besar dari batas minimal korelasi (0.361), sehingga item-item pertanyaan dari kuesioner produk dinyatakan valid.

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Harga (X2)

| No | Pertanyaan  | Pearson<br>Correlation | Batas Minimal<br>Korelasi | Keterangan |
|----|---|------------------------|---------------------------|------------|
| 1  | Daftar harga sepeda motor Honda yang ditawarkan Sangat terjangkau                           | 0,610                  | 0,361                     | Valid      |
| 2  | Daftar harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya dan dapat bersaing            | 0,714                  | 0,361                     | Valid      |
| 3  | Mendapatkan harga diskon pada saat melakukan pembelian                                      | 0,519                  | 0,361                     | Valid      |
| 4  | Harga diskon yang di tawarkan sangat menarik perhatian pelanggan                            | 0,622                  | 0,361                     | Valid      |
| 5  | Mendapatkan potongan harga khusus kepada pelanggan yang sudah melakukan <i>Repeat order</i> | 0,672                  | 0,361                     | Valid      |
| 6  | Mendapatkan potongan harga khusus pada hari spesial   | 0,700                  | 0,361                     | Valid      |
| 7  | Mendapatkan potongan periode pembayaran bagi yang melakukan pembelian secara kredit         | 0,704                  | 0,361                     | Valid      |

|    |   |       |       |       |
|----|---|-------|-------|-------|
| 8  | Potongan periode pembayaran kredit sangat meringankan bunga kredit          | 0,787 | 0,361 | Valid |
| 9  | Persyaratan kredit dapat dipahami dan diperoleh para pelanggan dengan mudah | 0,608 | 0,361 | Valid |
| 10 | Syarat proses pengkreditan tidak terlalu rumit                              | 0,532 | 0,361 | Valid |

Dari tabel di atas, nilai uji validitas untuk variabel harga lebih besar dari batas minimal korelasi (0,361) sehingga item-item pertanyaan dari kuesioner harga dinyatakan valid.

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

| No | Pertanyaan   | Pearson Correlation | Batas Minimal Korelasi | Keterangan |
|----|--|---------------------|------------------------|------------|
| 1  | Saya memiliki kebutuhan akan sepeda motor  | 0,541               | 0,361                  | Valid      |
| 2  | Saya memerlukan kendaraan untuk mempermudah aktivitas.   | 0,566               | 0,361                  | Valid      |
| 3  | Saya terlebih dahulu mengevaluasi beberapa merek sepeda motor                                      | 0,477               | 0,361                  | Valid      |
| 4  | Kebutuhan akan motor membuat saya berusaha mencari informasi mengenai produk yang di tawarkan      | 0,536               | 0,361                  | Valid      |
| 5  | Sebelum saya menentukan merek sepeda motor saya melakukan pencarian informasi terlebih dahulu      | 0,426               | 0,361                  | Valid      |
| 6  | Setelah mendapatkan informasi, saya memilih salah satu merek motor yaitu Honda                     | 0,530               | 0,361                  | Valid      |
| 7  | Setelah melakukan evaluasi, saya memutuskan membeli salah satu merek sepeda motor yaitu Honda BeAT | 0,492               | 0,361                  | Valid      |
| 8  | Sebelumnya saya sudah pernah melakukan pembelian Sepeda Motor Honda (Repeat Order)                 | 0,537               | 0,361                  | Valid      |
| 9  | Saya merasa puas setelah menggunakan Motor BeAT  | 0,416               | 0,361                  | Valid      |
| 10 | Metode pembayaran yang dilakukan cukup mudah   | 0,514               | 0,361                  | Valid      |

Dari tabel di atas, nilai uji validitas untuk variabel harga lebih besar dari batas minimal korelasi (0,361) sehingga item-item pertanyaan dari kuesioner untuk variabel volume penjualan dinyatakan valid.

## Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas

| No | Variabel            | Cronbach's Alpha | Batas Reliabilitas | Keterangan            |
|----|---------------------|------------------|--------------------|-----------------------|
| 1  | Kualitas Produk     | 0,701            | 0,6                | Reliabilitas Diterima |
| 2  | Harga               | 0,846            | 0,6                | Reliabilitas Baik     |
| 3  | Keputusan Pembelian | 0,657            | 0,6                | Reliabilitas Diterima |

Sumber: Hasil olahan SPSS 22 (2022)

Pada tabel diatas terlihat bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian lebih besar dari 0,6 sehingga pertanyaan kuesioner variabel penelitian yang digunakan dapat dikatakan reliabilitas baik dan reliabilitas diterima.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linear berganda yang menjelaskan hubungan antara responden (variabel dependen) dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lebih dari satu prediktor (variabel independen).

Metode analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan dengan menggunakan SPSS 22 dengan rumus sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model           | Coefficients <sup>a</sup>   |                           |      |  | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|---------------------------|------|--|-------|------|
|                 | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |      |  |       |      |
|                 | B                           | Std. Error                | Beta |  |       |      |
| 1 (Constant)    | 2,524                       | 5,189                     |      |  | ,486  | ,631 |
| KUALITAS PRODUK | ,664                        | ,115                      | ,667 |  | 5,784 | ,000 |
| HARGA           | ,320                        | ,066                      | ,556 |  | 4,826 | ,000 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 2,524 + 0,664.X_1 + 0,320.X_2 + e$$

Dengan:

1. Nilai konstanta  $\alpha$  sebesar 2,524 menyatakan bahwa variabel kualitas produk, harga (potongan harga) dan keputusan pembelian bernilai konstan, maka besarnya variabel keputusan pembelian adalah sebesar 2,524 satuan.
2. Nilai koefisien  $\beta_1$  sebesar 0,664 menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel kualitas produk sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap maka nilai keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 6,64 satuan.
3. Nilai koefisien  $\beta_2$  sebesar 0,320 menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga (potongan harga) sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap maka keputusan pembelian mengalami penurunan sebesar 3,20 satuan.

### Uji-T (Uji Parsial)

Pengujian secara parsial (Uji – T) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji – T dalam penelitian ini:

Tabel 8. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji – T)

| Model           | Coefficients <sup>a</sup>   |                           |      | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|---------------------------|------|-------|------|
|                 | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |      |       |      |
|                 | B                           | Std. Error                | Beta |       |      |
| 1 (Constant)    | 2,524                       | 5,189                     |      | ,486  | ,631 |
| KUALITAS PRODUK | ,664                        | ,115                      | ,667 | 5,784 | ,000 |
| HARGA           | ,320                        | ,066                      | ,556 | 4,826 | ,000 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Nilai ttabel untuk probabilitas 0,05 pada derajat bebas n-k= 28 adalah sebesar 1,697. Dari tabel 4.11 di atas maka diperoleh hasil uji-t sebagai berikut:

1. Hasil uji-t secara parsial diperoleh kualitas produk dengan nilai thitung > ttabel 5,784 > 1,697 dengan nilai signifikan sebesar 0,0 < 0,05 maka H1 diterima, artinya variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan.
2. Hasil uji-t secara parsial diperoleh harga (potongan harga) dengan nilai thitung > ttabel 4,826 > 1,697 dengan nilai signifikan sebesar 0,0 < 0,05 maka H2 diterima, artinya variabel harga (potongan harga) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan.

### Uji-F (Uji Simultan)

Uji signifikansi keseluruhan dari regresi sampel (Uji Statistik F). Uji hipotesis ini dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linear terhadap X1 dan X2. Berikut adalah hasil Uji-F dalam penelitian ini.

Tabel 9. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji – F)

| Model        | ANOVA <sup>a</sup> |    |             |        |                   |
|--------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
|              | Sum of Squares     | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1 Regression | 217,823            | 2  | 108,912     | 24,911 | ,000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 118,043            | 27 |             | 4,372  |                   |
| Total        | 335,867            | 29 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

Uji Signifikan simultan (uji statistik F) menghasilkan nilai Ftabel dengan dk pembilang k = 2 dan dk penyebut n-k-1 = 27 dengan taraf signifikan 5% maka Ftabel = 3,32 Hasil Uji Simultan pada tabel 4.11 di atas diperoleh nilai Fhitung > Ftabel 24,911 > 3,32 dengan probabilitas lebih besar dari pada taraf signifikansi 5% (0,00 < 0,05). Maka H3

diterima artinya secara bersama-sama (simultan) variabel kualitas produk dan variabel harga (potongan harga) signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi atau mendekati satu, maka dapat dikatakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah besar.

Tabel 10. Koefisien Determinasi Hipotesis

| Model | Model Summary |          |                   |                            |
|-------|---------------|----------|-------------------|----------------------------|
|       | R             | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1     | ,805a         | ,649     | ,623              | 2,091                      |

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

Dari tabel diatas koefisien determinasi di atas dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,805 atau 80,5%. Hal ini artinya variabel kualitas produk dan harga mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 80,5%, sedangkan sisanya sebesar 19,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti promosi, tempat (distribusi), kondisi ekonomi, permintaan dan penawaran dan faktor-faktor lainnya. koefisien determinasi di atas dapat diketahui bahwa nilai R *square* sebesar 0,649 atau 64,9%. Hal ini artinya variabel kualitas produk dan harga mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 64,9%, sedangkan sisanya sebesar 35,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti promosi, tempat (distribusi), kondisi ekonomi, permintaan dan penawaran dan faktor-faktor lainnya. koefisien determinasi di atas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,623 atau 62,3%. Hal ini artinya variabel kualitas produk dan harga mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 62,3%, sedangkan sisanya sebesar 37,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti promosi, tempat (distribusi), kondisi ekonomi, permintaan dan penawaran dan faktor-faktor lainnya.

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t untuk pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki thitung (5,784) > ttabel (1,697) dan tingkat signifikansi sebesar 0,0 < 0,05. Maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dan mempunyai hubungan yang searah antara vasiabel kualitas produk dan keputusan pembelian pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan. Dalam penelitian ini, kualitas produk sepeda motor Honda BeAT sudah terwakili dengan berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan oleh sepeda motor Honda. Menurut Arumsari (2012:45), “kualitas produk adalah faktor-faktor yang terkandung dalam sebuah barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil yang cocok dengan tujuan



barang yang diproduksi”. Sepeda Motor Honda BeAT dilengkapi dengan berbagai macam fitur dan layanan seperti telah dilengkapi dengan teknologi *Full Injection* yang membuat konsumsi bahan bakar semakin efisien dan mengoptimalkan performa mesin agar bisa berlari semakin cepat dan semakin responsif. Sehingga pelanggan melakukan pemesanan yang berulang dan kemudian meningkatkan keputusan pembelian.

## 2. Pengaruh Harga (Potongan Harga) Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t untuk pengaruh harga (potongan harga) terhadap keputusan pembelian memiliki thitung (4,826) > ttabel (1,697) dan tingkat signifikansi sebesar  $0,0 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa harga (potongan harga) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dan mempunyai hubungan yang searah antara variabel harga (potongan harga) dan keputusan pembelian pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan.

## 3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga (potongan harga) Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji F untuk pengaruh variabel kualitas produk dan variabel harga (potongan harga) terhadap keputusan pembelian memiliki thitung (24,911) > ttabel (3,32) dan tingkat signifikansi sebesar  $0,0 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga (potongan harga) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik tanggapan konsumen tentang kualitas produk dan potongan harga maka keputusan pembelian sepeda motor honda BeAT akan semakin tinggi dan semakin buruk tanggapan konsumen tentang kualitas produk dan potongan harga maka keputusan pembelian sepeda motor honda BeAT akan semakin rendah.

Hasil pengujian lainnya yaitu uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (kualitas produk dan harga) terhadap variasi perubahan variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 64,9% sedangkan sisanya 35,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti promosi, tempat, kondisi ekonomi, permintaan dan penawaran lainnya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis data mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga (potongan harga) Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan. Pada pembahasan yang telah disampaikan dalam bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1). Berdasarkan hasil uji-t secara parsial diperoleh kualitas produk dengan nilai thitung > ttabel  $5,784 > 1,697$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,0 < 0,05$  maka H1 diterima. Secara parsial kualitas produk (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan. Dalam hal ini, karyawan perusahaan masih belum secara maksimal menyampaikan kualitas produk yang di pasarkan kepada pelanggan. 2). Hasil uji-t secara parsial diperoleh harga (potongan harga) dengan nilai

thitung > ttabel 4,826 > 1,697 dengan nilai signifikan sebesar  $0,0 < 0,05$  maka H2 diterima. Secara parsial harga (potongan harga) (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan. Dalam hal ini, perusahaan belum secara maksimal memberikan potongan harga yang lebih menarik berhubung dengan semakin banyaknya persaingan yang semakin tajam. 3). Berdasarkan hasil uji-f menghasilkan nilai Ftabel dengan dk pembilang  $k = 2$  dan dk penyebut  $n-k-1 = 27$  dengan taraf signifikan 5% maka Ftabel = 3,32.

Hasil Uji Simultan pada tabel 4.11 di atas diperoleh nilai Fhitung > Ftabel 24,911 > 3,32 dengan probabilitas lebih besar dari pada taraf signifikansi 5% ( $0,00 < 0,05$ ). Maka H3 diterima artinya secara bersama-sama (simultan) variabel kualitas produk dan variabel harga (potongan harga) signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indah Sakti Motorindo Medan. Selanjutnya berdasarkan uji R square dalam penelitian sebesar 0,649 atau 64,9%. Hal ini artinya variabel kualitas produk dan harga (potongan harga) mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 64,9%, sedangkan sisanya sebesar 35,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti promosi, tempat (distribusi), kondisi ekonomi, permintaan dan penawaran dan faktor-faktor lainnya.

#### DAFTAR REFERENSI

- Arifin H, Samsul. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta : Deepublish
- Dheany, Arumsari. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua ( Studi pada konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro: Semarang
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Grasindo
- Manap, Abdul. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Wisnawa., Prayogi., dan Sutapa. (2019). *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.