

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 1, Nomor 12, Januari, 2024

Licensed by CC BY-SA 4.0

E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.10776764)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10776764>

## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat

Mustofa Laduni<sup>1</sup>, Lina Nofiana<sup>2</sup>, Mada Faisal Akbar<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: [dosen02608@unpam.ac.id](mailto:dosen02608@unpam.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan Pembelian pada toko Online Frozenshop Jakarta Barat. Metode penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan metode pendekatan kuantitatif, yaitu menggunakan data secara mendalam dalam bentuk angka dengan jumlah responden sebanyak 100 Responden yang merupakan konsumen pada toko Online Frozenshop Jakarta Barat tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengambil seluruh jumlah populasi untuk dijadikan sampel. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat pengaruh yang signifikan secara baik secara parsial maupun secara simultan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan Pembelian Toko Online Frozenshop Jakarta Barat.

**Kata Kunci :** *Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian*

### Abstract

*This research aims to examine the influence of product quality and price on purchasing decisions at the West Jakarta Frozenshop online store. This research method uses an associative method with a quantitative approach, namely using in-depth data in the form of numbers with a total of 100 respondents who are consumers at the Frozenshop Online shop in West Jakarta. The sampling method used in this research is to take the entire population to be used as a sample. Based on the research conducted, there is a significant influence, both partially and simultaneously, between price and product quality on purchasing decisions for the West Jakarta Frozenshop Online Store.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Purchasing Decisions*

---

#### Article Info

Received date: 15 Desember 2023

Revised date: 10 Januari 2024

Accepted date: 25 Januari 2024

## PENDAHULUAN

Di masa sekarang, globalisasi telah memberikan perubahan terhadap dunia industri yang semakin lama semakin berkembang. Hal ini diakibatkan karena adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Timbulnya persaingan yang sangat ketat tersebut menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Untuk menghadapi persaingan industri yang semakin ketat ini, sangat dibutuhkan strategi marketing yang baik untuk menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien. Perusahaan dituntut untuk memahami perilaku konsumen pada pasar dan sasaran berbentuk menawarkan atau menjual produk yang berkualitas dan harga yang sesuai di pasaran. Dengan memahami perilaku konsumen yang menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian terhadap barang atau jasa.

Dunia bisnis maupun perusahaan dituntut untuk mempunyai sarana informasi yang dapat menunjang kegiatan bisnisnya, terutama perkembangan teknologi dalam bidang pemasaran agar produk mereka tetap dikenal konsumen sehingga memunculkan minat beli masyarakat. Perkembangan *e-commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet karena *e-commerce* berjalan di atas jaringan internet. Pertumbuhan pengguna internet yang sangat pesat merupakan suatu kenyataan yang membuat internet menjadi salah satu media yang efektif bagi perusahaan maupun perorangan untuk

memperkenalkan dan menjual produk/jasa. Internet telah secara dramatis mempengaruhi perilaku bisnis. Pasar, industri, dan bisnis sedang berubah memenuhi tuntutan ekonomi dan teknologi. Teknologi informasi sekarang dimanfaatkan untuk mendorong aktivitas bisnis dan pasar. Internet menawarkan peluang untuk melakukan penjualan produk kebutuhan hidup sehari-hari secara langsung kepada pelanggan yang berada pada pasar konsumsi atau konsumen pada pasar industri. Penjualan barang dan jasa secara langsung (direct selling) melalui internet dinamakan dengan istilah '*electronic commerce*'. Berikut data pengguna internet di dunia 2012-2022.

Menurut Latifah dan Lubis (2020) Kemajuan teknologi digital memang telah memudahkan manusia dalam segala hal dibandingkan periode sebelum internet dikenal luas oleh masyarakat. Teknologi merupakan alat untuk dapat melakukan efektivitas dan efisiensi biaya yang mungkin akan dikeluarkan. Digital *Economics* atau Ekonomi Digital yang dipelopori oleh penemuan internet telah membawa perekonomian dunia memasuki babak baru. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan *electronic commerce (ecommerce)* sebagai media transaksi, dan diperkirakan, lebih dari 95 persen dari seluruh kegiatan di internet merupakan kegiatan perdagangan.

Di Indonesia belanja *online* semakin hari semakin menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, tidak hanya di monopoli oleh belanja barang yang makin hari mengalami pengembangan yang cukup pesat seperti yang tampak mulai dari situs yang menjual handphone, buku, baju, dan hingga makanan pun mulai dirambah oleh layanan belanja *online*. Belanja *online* merupakan proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk maupun jasa dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet. Belanja *online* memberikan manfaat dalam melakukan suatu kegiatan bisnis seperti dengan cara menjual produk menggunakan aplikasi belanja *online*. Belanja *online* merupakan terobosan baru dalam dunia informasi, karena dapat memberikan suatu informasi dalam bentuk lebih menarik, menyenangkan dan online setiap saat tanpa batas waktu, asalkan semua perangkat teknologi terpenuhi. Berkaitan dengan itu, perusahaan yang sudah mapan menjadikan objek dalam penerapan pemasaran melalui Belanja *online*.

Dengan adanya *online shop*, pelaku bisnis berharap akan lebih memuaskan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli, masyarakat juga dapat mendapatkan banyak manfaat dengan berbelanja secara *online* selain karena dapat dilakukan dimana saja kapan saja, konsumen tidak perlu pergi ke toko-toko untuk membeli item yang di butuhkan karena berbelanja secara *online* dapat dilakukan 24 jam. Tata cara belanja *online* saat ini pada prinsipnya semakin memberi kemudahan bagi para pembeli untuk dapat melakukan transaksi sesuai keinginan mereka pembayaran dapat dilakukan baik menggunakan kartu debit, kartu kredit, paypal, memotong pulsa pelanggan ( untuk transaksi lewat HP),cek, maupun COD. Dan bukan hanya itu hal yang harus diperhatikan pada saat belanja *online* tentunya tidak lain mengenai kualitas barang dan harga barang itu merupakan keputusan utama konsumen untuk membeli produk.

Menurut Kotler dan Keller (2019:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Penjual berusaha untuk menciptakan produk yang baik dalam kegiatan pemasaran yang menuntut suatu perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan perusahaan lainnya, oleh karena itu perusahaan harus mencari sumber daya manusia yang berkualitas, untuk dituntut menciptakan hal-hal yang baru sesuai trend yang sedang berkembang pada masa tertentu.

Toko Online Frozenshop Jakarta Barat berdiri sejak tahun 2010 Toko Online Frozenshop ini merupakan toko baju dan celana pria yang menyediakan pakaian pria dan aksesoris fashion pria. Toko online ini menjual berbagai macam produk fashion pria dengan pembelian eceran maupun grosir. Toko Online Frozenshop Jakarta Barat ini juga menerima bagi yang mau usaha untuk menjadi reseller dari Toko Online Frozenshop Jakarta Barat. Berikut adalah data Kualitas Produk Pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat.

**Tabel 1. Data kualitas Produk Toko Online Frozenshop Jakarta Barat**

No	Produk	Bahan	Keterangan
----	--------	-------	------------

1	Celana jeans	<i>Soft Denim Streck, good Quality</i>	Jahitan Kurang Rapih
2.	Kemeja	<i>Twil , Premium Quality</i>	Jahitan Kurang Rapih
3.	Sweater Hoodie	Rajut	Pewarnaan Mudah luntur

Sumber : Data Toko Online Frozenshop Jakarta Barat

Pada Tabel 1 Data kualitas produk pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat ini lumayan memenuhi standar kualitas produk pada umumnya, akan tetapi beberapa masalah sering kali terlihat dalam jahitannya terutama kerapihan dalam suatu produk dan pengemasan produk kurang memuaskan bagi pelanggan pada toko Online Frozenshop Jakarta Barat. Selain kualitas suatu produk harga juga sangat berperan penting untuk menentukan keputusan pembelian dalam memilih barang.

Harga menurut Alma (2019) menyatakan “ Value adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran barang dengan barang, jadi harga (price) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga merupakan salah satu faktor penentu pembeli dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa, apalagi produk atau jasa yang akan dibeli tersebut. Maka dari itu perusahaan dapat menawarkan bermacam-macam produk dengan berbagai kualitas dan harga harus sebanding untuk berbagai macam kalangan dan dengan perkembangan teknologi dan komunikasi tumbuh semakin pesat dan menjadi aspek yang cukup penting bagi setiap perusahaan untuk memasarkan produknya melalui internet.

Menurut Assauri (2019.167) kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan konsumen, haruslah cepat ditanggapi oleh perusahaan, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan konsumen tersebut agar mencapai kualitas produk yang diinginkan maka harus diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan bisa memenuhi standar yang sudah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian Kembali atau tidak. Oleh karena itu, pemain usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Berikut data konsumen pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat.

**Tabel 2. Data Konsumen Toko Online Frozenshop 2019-2022**

Tahun	Jumlah Konsumen Frozenshop
2019	24.400
2020	30.560
2021	27.540

Sumber : Data Toko Online Frozenshop Jakarta Barat 2019-2022

Berdasarkan Tabel 2 data jumlah konsumen pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat dari tahun 2019 sampai tahun 2021 jumlah konsumen mengalami fluktuatif setiap tahunnya. Hal ini membuat Toko Online Frozenshop Jakarta Barat agar terus memberikan pengalaman berbelanja online dengan kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau untuk konsumen, agar terus dapat mempunyai minat untuk berbelanja pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen. Maka, perusahaan penyedia produk dapat memberikan kinerja yang baik untuk mencapai keputusan pembelian melalui cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimalisir pengalaman yang kurang menyenangkan konsumen dalam mengkonsumsi produk. Apabila produk yang ditawarkan memiliki

kualitas yang lebih rendah dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas, namun apabila produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sama dengan apa yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas (Tjiptono & Diana, 2019).

Selain kualitas produk hal yang perlu di pertimbangkan yaitu harga, harga sangat berpengaruh bagi perekonomian, konsumen dan bagi perusahaan. Maka dari itu, penetapan harga pada sebuah produk harus sesuai karena harga dapat memberikan keuntungan (profit) bagi perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Berikut perbandingan harga pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat dengan Kompetitor lain.

**Tabel 3 Perbandingan Harga**

No	Nama Produk	Harga Toko Online Frozenshop	Harga Toko Online Zanaya
1	Celana jeans	Rp. 145.000	Rp. 125.000
2	Kemeja	Rp. 120.000	Rp.95.000
3	Sweter hodie	Rp. 150.000	Rp. 130.000

Sumber : Data Perbandingan Harga Toko Online Frozenshop dengan Toko Online Zanaya

Berdasarkan Tabel 3 menjelaskan bahwa dapat dilihat dari hasil perbandingan harga jual produk dengan toko online Zanaya memiliki selisih seperti produk kemeja harga pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat Rp. 120.000 dan harga dari Toko Online Zanaya lain Rp. 95.000 sehingga dapat disimpulkan harga jual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat ini termasuk harga yang lebih mahal dari Toko Online Zanaya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2021) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Kesan konsumen terhadap harga baik itu mahal, murah maupun standar akan berpengaruh aktivitas pembelian selanjutnya dan keputusan pembelian. Kesan ini akan menciptakan nilai persepsi konsumen terhadap suatu barang. Manakala konsumen kecewa setelah membeli suatu barang ternyata terlalu mahal menurut konsumen, maka kemungkinan selanjutnya dia akan enggan untuk membeli barang itu lagi dan bisa jadi beralih ke barang lain.

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Menurut Kotler & Amstrong (2020), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas produk, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Tjiptono keputusan pembelian adalah Sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, khususnya metode penelitian yang didasarkan pada filosofi tertentu, untuk mengevaluasi demografi dan sampel partisipan tertentu. Metode kuantitatif meliputi pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan. Metode kuantitatif digunakan untuk menguji populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, dan analisis data dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019: 14).

Penelitian ini dilaksanakan pada Toko Online Frozenshop beralamat di Gg.Manggis No .18B, RT.9/RW.04, Tj. Duren Sel., Kec. Grogol pertamburan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11470 informasi terkait yang akan digunakan dalam pengembangan penelitian. Penelitian dilaksanakan bulan Oktober 2022 - Januari 2023 hingga tercukupi kebutuhan data dan informasi. Dalam penelitian ini, populasi data dan informasi diambil dari tahun 2021 berjumlah

27.540 orang. Selanjutnya, metode pengambilan sampel dengan menggunakan teori Slovin, yaitu menentukan banyak sampel dengan menggunakan rumus Slovin dalam perhitungan sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 5% yang dikemukakan oleh Husein Umar (2020:78). Hasil perhitungan dengan Slovin menghasilkan kesimpulan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 konsumen. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan data yang terkumpul diolah dengan menggunakan SPSS 26.00.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Jenis kelamin responden dapat diketahui bahwa yang berjenis kelamin laki - laki sebanyak 82,0% responden, dan yang berjenis kelamin perempuan 18,0% responden, selanjutnya mayoritas konsumen berusia < 25 tahun dengan jumlah 58,0%, kemudian di susul responden berusia 26-35 tahun dengan jumlah 40,0%, dan konsumen paling sedikit berusia 36-45 tahun dengan jumlah 2,0 %. Jadi mayoritas konsumen yang berbelanja di Toko Online Frozenshop Jakarta Barat adalah konsumen berusia <25 tahun. Terakhir pendidikan terakhir responden adalah SLTA dimana diperoleh 66,0%, kemudian pendidikan terakhir responden yang paling rendah persentasenya yaitu SLTP sebanyak 8,0 %, jadi dapat disimpulkan produk yang dijual di Toko Online Frozenshop Jakarta Barat cukup mudah diserap oleh masyarakat dari berbagai latar belakang pendidikan.

### Uji Validitas

**Tabel 4. Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Kualitas Produk (X1)**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil
1	Produk yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak dapat digunakan dengan baik oleh konsumen	0,606	0,196	<b>Valid</b>
2	Produk yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak nyaman digunakan oleh konsumen	0,734	0,196	<b>Valid</b>
3	Produk yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak dapat digunakan dalam kondisi apapun	0,760	0,196	<b>Valid</b>
4	Produk yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat kurang mampu memberikan sesuai kebutuhan sehari-hari	0,715	0,196	<b>Valid</b>
5	Produk yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen	0,793	0,196	<b>Valid</b>
6	Produk yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak memiliki pilihan varian yang lengkap	0,853	0,196	<b>Valid</b>
7	Produk yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak memiliki ketahanan yang baik	0,754	0,196	<b>Valid</b>
8	Produk yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama	0,698	0,196	<b>Valid</b>

9	Kemampuan produk pada Toko Online Frozenshop tidak sesuai dengan yang dijanjikan	0,767	0,196	<b>Valid</b>
10	Produk yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat kurang memiliki desain yang unik dan menarik	0,725	0,196	<b>Valid</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

**Tabel 5. Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Harga (X2)**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil
1	Harga produk yang dijual pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak terjangkau	0,674	0,196	<b>Valid</b>
2	Harga yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak bervariasi jenis	0,829	0,196	<b>Valid</b>
3	Harga yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak sesuai dengan kelembutan bahan	0,789	0,196	<b>Valid</b>
4	Harga yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak sesuai dengan berbagai jenis varian produk yang tersedia	0,831	0,196	<b>Valid</b>
5	Harga yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak sesuai dengan manfaatnya untuk keperluan sehari-hari	0,786	0,196	<b>Valid</b>
6	Harga yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak sesuai untuk menambah keindahan tampilan	0,765	0,196	<b>Valid</b>
7	Harga yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak tergolong kompetitif dengan para pesaing	0,781	0,196	<b>Valid</b>
8	Harga yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak sesuai dengan kemampuan produknya ketika dipakai konsumen	0,829	0,196	<b>Valid</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

**Tabel 6. Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil
1	Saya memutuskan pilihan untuk melakukan pembelian produk pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat karena bagus	0,763	0,196	<b>Valid</b>
2	Saya merasa pilihan produk pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat banyak macam	0,795	0,196	<b>Valid</b>

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil
	motiv/varian yang tersedia			
3	Merek pilihan produk pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat mudah untuk mengingat nama produk	0,689	0,196	<b>Valid</b>
4	Pilihan merek pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat terlihat biasa saja dan tidak menarik	0,793	0,196	<b>Valid</b>
5	Saya rasa pilihan penyalur harus mempertimbangkan masing masing dalam keputusannya	0,803	0,196	<b>Valid</b>
6	Saya merasa waktu pembelian produk pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat terbilang lama	0,687	0,196	<b>Valid</b>
7	Pembelian produk pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat memiliki waktu yang cepat	0,758	0,196	<b>Valid</b>
8	Jumlah pembelian produk pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak dibatasi tentang betapa banyak jumlah yang dibeli	0,818	0,196	<b>Valid</b>
9	Saya merasa jika membeli produk pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat mudah dalam metode pembayarannya	0,735	0,196	<b>Valid</b>
10	Pembayaran produk pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat banyak metode cara untuk pembayarannya	0,787	0,196	<b>Valid</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Dari data tabel diatas, variabel penelitian diperoleh bahwa semua nilai  $r$  hitung berada diatas angka 0,196, maka semua pernyataan dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

### Pengujian Reliabilitas

**Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keputusan
Kualitas Produk (X1)	0,909	0,600	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,912	0,600	Reliabel
Keputusan pembelian (y)	0,919	0,600	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan Reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Cronbatch Alpha lebih dari 0,600.

### Pengujian Asumsi Klasik Uji Normalitas

**Tabel 8. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Studentized Deleted Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0038322
	Std. Deviation	1.01840873
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.053
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi  $0,80 > 0,05$ . Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 9. Hasil Pengujian Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.909	1.100
	Harga	.909	1.100

Sumber : Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel diatas diperoleh nilai Tolerance variabel harga sebesar 0,909 dan variabel kualitas produk sebesar 0,909 dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel harga sebesar 1,100 serta variabel kualitas produk sebesar 1,100 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada gangguan multikolinearitas.



**Uji Autokorelasi****Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.333 <sup>a</sup>	.111	.093	5.619	1.803

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas model regresi ini Tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1,803 yang berada diantara interval 1,550 – 2,460.

**Uji Heteroskedastisitas****Tabel 11. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.623	2.873		.217	.829
	Kualitas Produk	-.002	.060	-.004	-.037	.970
	Harga	.116	.069	.176	1.684	.095

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber : Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, glejser test model pada kualitas produk (X1) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig.) sebesar 0,970 variabel harga (X2) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig.) sebesar 0,095 dan dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

**Analisis Regresi Linier Berganda****Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.937	4.801		4.986	.000
	Kualitas Produk	.202	.101	.201	2.003	.048
	Harga	.244	.115	.212	2.112	.037

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresinya  $Y = 23.937 + 0,202 X_1 + 0,244 X_2$ . Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta sebesar 23.937 yang menunjukkan jika kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) bernilai 0 atau tidak meningkat maka keputusan pembelian (Y) akan tetap bernilai 23,937.

- b) Koefisien regresi kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,202 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas produk ( $X_1$ ) mengalami kenaikan 1, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,202. Koefisien bernilai Positif artinya terjadi hubungan Positif antara kualitas produk ( $X_1$ ) dengan keputusan pembelian (Y), semakin Tinggi kualitas produk ( $X_1$ ) maka semakin meningkat keputusan pembelian (Y). Berdasarkan pada hasil pengujian tabel diatas diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau ( $2,003 > 1,984$ ). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $p\ value < Sig. 0,5$  atau ( $0,048 < 0,050$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian
- c) Koefisien regresi harga ( $X_2$ ) sebesar 0,244 artinya jika variabel independen lainnya tetap dan harga ( $X_2$ ) mengalami kenaikan 1, maka keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,244. Koefisien bernilai Positif artinya terjadi hubungan Positif antara harga ( $X_2$ ) dengan keputusan pembelian (Y), semakin tinggi harga ( $X_2$ ) maka semakin meningkat keputusan pembelian (Y). Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau ( $2,112 > 1,984$ ). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $p\ value < Sig. 0,5$  atau ( $0,037 < 0,050$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian

**Tabel 13**  
**Hasil Hipotesis Secara Simultan**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	382.622	2	191.311	6.060	.003 <sup>b</sup>
	Residual	3062.338	97	31.570		
	Total	3444.960	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber : Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau ( $6,060 > 2,310$ ). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $p\ value < Sig. 0,5$  atau ( $0,003 < 0,050$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Toko Online Frozenshop Jakarta Barat.

**Tabel 14. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.333 <sup>a</sup>	.111	.093	5.619

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber : Hasil Output Program SPSS versi 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,111 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 11,1% sedangkan sisanya sebesar  $(100 - 11,1\%) = 88,9\%$  dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

**SIMPULAN**

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai persamaan regresi  $23,937 + 0,202X_1 + 0,244X_2$ , nilai koefisien korelasi sebesar 0,333 artinya variabel kualitas produk dan harga mempunyai tingkat hubungan yang Rendah terhadap Keputusan, kesimpulan akhir menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Toko Online Frozenshop Jakarta Barat.

Saran dari hasil penelitian yakni pihak toko agar memperhatikan bahan dan ukuran yang aman digunakan konsumen. Supaya konsumen membeli produk ini agar lebih aman baik secara pemakaiannya atau secara bahan yang digunakan agar penggunaannya nyaman digunakan. Kemudian, harga yang dijual Toko Online Frozenshop Jakarta Barat tidak tergolong kompetitif dengan para pesaing, untuk lebih baik lagi pihak toko harus menyesuaikan harga sesuai dengan kompetitor lain, agar konsumen bisa belangganan pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat ini. Terakhir, merek pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat terlihat biasa saja dan tidak menarik, maka dari itu pihak toko harus mengenalkan merek yang baik untuk konsumen, agar konsumen itu dapat dengan lebih mudah untuk mengingat nama Brand dengan kualitas yang unggul pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat, agar merek atau brand menjadi suatu keunggulan pada Toko Online Frozenshop Jakarta Barat.

**REFERENSI**

- Istijanto. (2014). Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Gramedia Pustaka. Jakarta. Jakarta Penerbit PT Bumi Aksara.
- Kotler Philip dkk, 2012, Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.
- Arifin, Zainal. (2017). *Konsep dan model pengembangan kurikulum*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT. Bumi Aksara.
- Lupiyoadi, Rambat (2013) *Manajemen Pemasaran Jasa berbasis Kompetensi (Edisi 1393)*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 3 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Keller.(2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P.& Armstrong,G. (2012). *Perinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coutler. (2016). *Manajemen, Jilid 1 Edisi 13*, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta
- Arikunto. (2021). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Ed Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daft, & Richad L. (2010). *Era Baru Manajemen*, Buku 2 Edisi 9. Jakarta: Salemba 4.
- Sugiono (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Ed.23. Bandung: Alfabeta.
- Santoso Singgih (2012) *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia
- Firmansyah, A.G. (2018) *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Rue, T. G. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Assaur, S. (1996). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Triyono, W. &. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta. CV. Andi Pffiset

- Indrawan, B., & Dewi, R. K. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return On Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, Vol. 4 No. 1 (2020) Pp.78-87 -ISSN : 2580-2062
- Harahap, N., Suherman, E., & Romli, A. D. (2022). Proses Rekrutmen Pada PT. Pupuk Kujang Cikampek. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, Vol. 6, No. 3 Juli 2022, Hal 9767- 9772, ISSN: 2598-9944
- Algifari, M. A. A., & Hidayat, R. (2020). Efektivitas Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Expert Course Di Bandung Pada Tahun 2020 (Studi Kasus Expert Course Di Bandung 2020). *Eproceedings Of Applied Science* Vol.6, No.2 Agustus 2020 Hal 913 ISSN : 2442-5826
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol.3 No.3 2020, ISSN : 2598-2893
- Yogi, F., Christina, W., & Sayekti, A. A. S. (2022). Pengaruh Faktor Ekonomi Dan Sosial Budaya Terhadap Keputusan Wanita Bekerja Sebagai Karyawan Harian Lepas Di PT Karya Makmur Langgeng Kabupaten Ketapang Provinsi Kalimantan Barat. *AGRIFITIA: Journal Of Agribusiness Plantation*, Vol. 2, No. 01, Maret 2022, 51 – 59, ISSN: 28096835
- NURAFRINA SIREGAR, S.E., M.Si. dan HAKIM FADILLAH, S.E., Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan, Vol. 8 No. 2 Desember 2017, Hal 87-96 ISSN : 2088-3145
- (Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting And Management Research Edition)*, Accumulated Journal, Vol. 3 No. 2 Juli 2021, ), 198-206 ISSN: 2656-4203
- Putranto, I., & Nani, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Perumahan Kunciangan-Tanggerang)*. Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, 4(1), 94-104.
- Septiani, F., & Robianto, R. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Fastrata Buana Bogor*. Jurnal Disrupsi Bisnis, 4(1), 21
- Isnaini, T., & Rizki, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan konsumen Dalam Membeli Bahan Bakar Minyak (Bbm) Pada Pertamina Di Kecamatan Titeue Kabupaten Pidie. *Jurnal Ekobismen*, Vol 1, No 1, Januari 2021, Hal 38-48, E-ISSN 2774-8170
- Iis Noviyanti, Denok Sunarsi, Hadion Wijoyo, Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh, *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, Vol. 4, No. 1, Febuari 2021, e-ISSN : 2622-8122
- Satria Tirtayasa, Anggita Putri Lubis, Hazmanan Khair (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* 5(1) Tahun 2021, 5(1), 67-86.
- Suri Amilia, Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, VOL.6, NO.1, MEI 2017, ISSN 2252-844X