Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 1, Nomor 4, Mei 2023, Halaman, 331-341
e-ISSN: 2986-6340
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.7964372

Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Pada Konsumen di Kota Palembang

Rendy[1]
[1]Universitas Katolik Musi Charitas,
Jl. Bangau No. 60, 9 Ilir, Kec. Ilir Timur II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30114
Email: rendy.liaw48@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Harga dan Kualitasa terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda di Kota Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Palembang yang sedang menggunakan Motor Matic Honda, sedangkan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda dan untuk menguji hipotesis digunakan uji t dan uji F. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda pada konsumen di Kota Palembang. Hasil penelitian ini adalah persamaan regresi linear berganda Y = 1.678 + 0.18X1 + 0.307X2 + e, secara parsial harga berpengaruh positif signifikan dengan nilai thitung sebesar 2,345 dan 5.602 t tabel sebesar 0,028 dan 0,000. Secara simultan harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian dengan nilai f tabel sebesar 56,947, sebasar 3,090. Variabel yang paling berpengaruh dominan dalam penelitian ini adalah kualitas dengan nilai sebesar 3,352.

Kata kunci: Harga, Kualitas, dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini menuntut konsumen bersikap pintar, cermat, efisien dan efektif dalam memilih produk yang diinginkan. Dengan adanya sikap itu, maka konsumen tidak akan kecewa dengan apa yang telah mereka beli (action). Dalam kehidupan sehari-hari konsumen dihadapi dengan berbagai kebutuhan yang tiada henti, karena memang pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan dan tidak akan terpuaskan dari kebutuhan mereka. Kebutuhan konsumen tersebutlah yang membuka peluang bisnis bagi mereka yang menemakan sebagai produsen. Produsen akan melihat peluang yang besar dengan adanya dibutuhkan oleh konsumen. Inovasi-inovasi inilah yang menjadi dilema bagi konsumen, apakah mereka akan mengambil keputusan berdasarkan keinginan atau kebutuhan. Maka, konsumen akan melihat faktor-faktor apakah yang cocok bagi mereka, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang tepat dan bermanfaat bagi kehidupannya.

Untuk saat ini masyarakat Indonesia menggunakan motor sebagai moda transportasi setiap hari. Kenapa banyak masyarakat Indonesia lebih memilih transportasi seperti motor, jawabnya sangat sederhana, sepeda motor merupakan alat transportasi utama bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, dengan tingkat pendapatan masyarakat yang relatif rendah dan infrastruktur yang tidak memadai, banyak orang memilih sepeda motor sebagai alat transportasinya. Indonesia sendiri memiliki banyak merek sepeda motor yang saling bersaing untuk menarik perhatian konsumen. Persaingan di industri otomotif sangat ketat, terutama pada produksi sepeda motor di Indonesia. Jenis dan model yang dihadirkan

semakin beragam, dengan keunggulan masing-masing. Pabrikan sepeda motor dari Asia, Eropa, Amerika, dan lokal berebut masuk ke pasar sepeda motor Indonesia. Berdasarkan data penjualan anggota dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) yang dirilis Maret 2021 sepanjang periode tersebut penjualan kendaraan roda dua secara wholesales didalam negeri sebesar 521.424 unit. Dari data tersebut, tercatat bahwa Honda mampu mengungguli diposisi pertama dengan membukukan penjualan didalam negeri sebesar 412.000 unit dalam sebulan, kemudian disusul Yamaha 104.100 unit. Sedangkan posisi ketiga diduduki Kawasaki dengan total penjualan 4.197 unit, posisi keempat dan kelima ditempati oleh Suzuki dengan torehan 1.117 unit dan TVS 10 unit.

Berdasarkan data dari AISI sebagian besar masyarakat Indonesia lebih memilih membeli motor matic dengan berbagai alasan dan berdasarkan persepsi yang mereka terima yang menjadi alasan untuk membeli motor matic dari berbagai merek sesuai dengan keinginan masing-masing. Pendahuluan merupakan penjelasan lebih rinci dari dibahas di bagian abstrak di atas (Regular, Times New Roman, 10 pt, spasi tunggal). Berisi tentang penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian berkaitan dengan topik artikel dan atau berita-berita terkini yang menjadi latar belakang mengapa penelitian dilakukan, rumusan permasalahan, serta tujuan penelitian dan novelty dari penelitian yang dilakukan.

Beberapa pengguna Motor Matic Honda mengeluhkan kendala pada bagian mesin yang memiliki umur yang pendek. Hal ini di indikasi karena munculnya gejala motor saat melaju dan pada kondisi normal biasanya terasa getaran sekitar satu detik. Ini membuat tidak nyaman bagi pengendara. Karena pada saat akselerasi menjadi terhambat karena getaran yang muncul. Salah satu produk Honda yaitu jenis matic Honda Beat dapat diterima dengan baik dan positif dipasar Indonesia. Motor jenis Beat telah diakui sebagai motor kepercayaan masyarakat Indonesia hal ini bisa dilihat dari berbagai prestasi yang telah diraih seperti best brand dikategori matic motorcycle.

Keunggulan ini juga telah dikenal oleh banyak orang dan telah menjadi merek terpercaya di Indonesia jadi tidak mengherankan jika motor Beat memiliki jalur distribusi yang luas. Motor Matic Honda sendiri disambut dengan baik pada awal diluncurkan pada tahun 2008 silam, terbukti dengan semakin meningkatnya permintaan Motor Matic Honda. Karena adanya perbedaan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Pada Konsumen Di Kota Palembang.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan yaitu pada bulan Februari sampai dengan April 2023. Tempat penelitian dilakukan bengkel Kota Palembang. Dalam penelitian ini populasinya adalah pengguna Motor Matic Honda pada konsumen di Kota Palembang sebanyak 100 Pengguna. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat Kota Palembang yang sedang/pernah menggunakan Motor Matic Honda. Kriteria yang digunakan peneliti adalah sampel yang menggunakan Motor Matic Honda. Adapun pengambilan responden yang dijadikan sampel berada di bengkel yang ada di Kota Palembang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 88 repsonden. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan sumber dari data primer, yang dimana data primer pada penelitian ini merupakan hasil data yang didapat dan dikumpulkan langsung dari penyebaran kuesioner oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2017:137) data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu maupun sekelompok orang seperti hasil dari wawancara maupun pengisian kuisioner. Dalam hal ini

data primer dan sekunder diperoleh secara langsung dengan membagi kuesioner atau daftar pertanyaan dan memperoleh dari buku yang sesuai dengan judul penelitian.

Metode Analisa Data

1. Uji Validitas

   Menurut Ghozali (2016:52) menyatakan bahwa uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah valid atau tidaknya suatu kuesioner. Hasil uji dari validitas data diperoleh menggunakan perhitungan r tabel dan r hitung. Apabila r hitung positif dan > dari r tabel dengan tingkat signifikasi 5% maka variabel tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

   Menurut Ghozali (2016:47) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban yang diberikan seseorang terhadap pernyataan yang diberikan bersifat konsisten secara terus menerus. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila Cronbach's Alpha > 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik

   1) Uji Normalitas

      Menurut Ghozali (2016:160) diperlukan uji normalitas pada suatu penelitian agar dapat menguji pada model regresi, apakah variabel pengganggu atau residual memiliki atau tidak memiliki kenormalan distribusi. Apabila suatu variabel tidak normal distribusinya, maka hasil uji statistiknya akan terjadi penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan uji One Sample Kolmogorov Smirnov pada IBM SPSS Statistic tentu dengan ketentuan yang berlaku apabila nilai signifikansi sebesar 0,05 atau diatas 5% maka suatu data memiliki distribusi dengan normal. Begitu juga sebaliknya apabila hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov memberikan hasil nilai signifikansi sebesar 0,05 atau dibawah 5% maka suatu data dikatakan tidak memiliki distribusi normal.

   2) Uji Multikolinieritas

      Menurut Ghozali (2016:105) perlu dilakukan uji multikolinieritas pada suatu penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui pada model regresi apakah ditemukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independennya. Cara mengujinya adalah dengan memperhatikan dan memantau angka Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Pada umumnya nilai cut off dipakai untuk menunjukkan keberadaan multikolinieritas adalah nilai tolerance 0,1 dan VIF 10, sehingga ketentuannya yaitu: 48.

   3) Uji Heteroskedastisitas

      Menurut Ghozali (2016:139) uji heteroskedastisitas dilakukan dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik. Heteroskedastisitas adalah kondisi yang dimana terjadi ketidaksamaan antar varian pada residual semua pengamatan dalam model regresi. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas akan dilakukan dengan melihat signifikansi dari variabel independen. Jika signifikansi diatas 0,05 atau 5% maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

   4. Uji Regresi Linear Berganda

      Analisis linear berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel

dependen (Y). Menurut Ghozali (2016:93) analisis ini bertujuan untuk meramal nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen naik atau turun dan untuk mengetahui arah sebuah hubungan yang terkait antara variabel independen dan variabel dependen, apakah masing-masing dari variabel independen berhubungan positif atau negatif. Dengan model penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta\ 1X1 + \beta\ 2X2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian
A = Konstanta
X1 = Harga
X2 = Kualitas
B 1,2 = Koefisien Regresi
e = Variabel Pengganggu

5. Uji Hipotesis

1) Uji T

Menurut Ghozali (2016:98), uji t perlu dilakukan pada suatu penelitian untuk mengukur berapa besar pengaruh dari satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen dalam suatu penelitian. Uji ini dilakukan dengan menggunakan kriteria : Uji t dilakukan pada tingkat signifikasi 5% dengan kriteria sebagai berikut:

a. Jika nilai t hitung > dari t tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
b. Jika nilai t hitung < dari t tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Atau

a. Jika β < dari 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
b. Jika β < dari 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

2) Uji F

Menurut Ghozali (2016:98), uji F perlu dilakukan pada penelitian untuk mengukur apakah semua variabel independen yang diinput dalam model penelitian memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependennya. Uji ini dilakukan dengan menggunakan kriteria:

a. Jika nilai F hitung > F tabel maka hipotesis di tolak, berarti secara bersamasama variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
b. Jika nilai F hitung < F tabel maka hipotesis di terima, berarti secara bersamasama variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

3) Koefisien Determinasi R

Menurut Ghozali (2016:97) perlu dilakukan koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian untuk mengukur berapa jauh kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar dari antara angka 0 sampai dengan 1. Jika nilai R^2 mendekati angka 1 maka pengaruhnya semakin besar antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai R^2 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

1. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Item	r_{hitung}	r_{tabel} 5%	Keterangan
Harga (X1)			
H1	0.431	0.1966	VALID
H2	0.388	0.1966	VALID
H3	0.293	0.1966	VALID
H4	0.642	0.1966	VALID
Kualitas (X2)			
K1	0.513	0.1966	VALID
K2	0.563	0.1966	VALID
K3	0.256	0.1966	VALID
K4	0.304	0.1966	VALID
K5	0.428	0.1966	VALID
K6	0.626	0.1966	VALID
Keputusan Pembelian (Y1)			
KP1	0.609	0.1966	VALID
KP2	0.475	0.1966	VALID
KP3	0.814	0.1966	VALID

Dari hasil pengujian validitas pada penelitian ini memperoleh hasil yang valid untuk semua item pernyataan yang ada dalam kuesioner. Berdasarkan data diatas bahwa semua item memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0.1966). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dinyatakan valid. Yang artinya semua pertanyaan yang diajukan pada penelitian ini dapat dinyatakan layak sebagai alat untuk mengukur data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabiltias

Variabel	*Cronbach's Alpha* hitung	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Harga (X1)	0.782	0.70	RELIABEL
Kualitas (X2)	0.859	0.70	RELIABEL
Keputusan Pembelian (Y)	0.899	0.70	RELIABEL

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini memperoleh hasil yang reliabel untuk semua item pernyataan yang ada dalam kuesioner. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan

bahwa semua item memiliki nilaiCronbach's Alpha hitung yang lebih besar dari nilai *Cronbach's Alpha Standar* yaitu 0.7 artinya penelitian ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu yang berbeda dan model yang berbeda.

3. Uji Asumsi Klasik *(Kolmogorov Smirnov)*

1) Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

Model	*Unstandardized Residual*
N	100
Test Statistic	0.101
Asym. Sig. (2-tailed)	0.013

Berdasarkan pengujian normalitas yang telah dilakukan pada penelitian ini maka diperoleh nilai signifikansi pada uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebesar 0.013 yang > 0.01 yang berarti dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

2) Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Variabel	*Collinearity Statistics*		Standar Multikolinieritas		Keterangan
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk (X1)	0.320	2.091	0.1	10	Bebas Multikolinieritas
Harga (X2)	0.320	2.091	0.1	10	Bebas Multikolinieritas

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil bahwa tidak terjadinya multikolinieritas, dapat dilihat bahwa semua variable independent bebas dari masalah multikolinieritas karena memperoleh nilai tolerance > 0.1 dan VIF < 10.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Standar Signifikansi	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.968	0.05	Bebas Heteroskedastisitas
Harga (X2)	0.019	0.05	Bebas Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua variable independent dalam penelitian ini bebsar dari gejala heteroskedastisitas karena semua variable independent memiliki nilai signifikansi yang > 0.01. pada pemenelitian ini menggunakan uji Glejser

untuk menguji apakah ada gejala heteroskeastisitas, jika nilai signifikansi > 0.01 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Liniear Berganda

Model	*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	t	Sig.
	B	*Std. Error*	*Beta*		
(Constant)	1.678	0.994		1.688	0.095
Kualitas Produk	0.182	0.082	0.222	2.234	0.028
Harga	0.307	0.055	0.558	5.602	0.000

Berdasarkan data pada tabel di atas maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Y = 1.678 + 0.182X1 + 0.307X2 + e

Dari persamaan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (α) adalah 1.678 Hal ini berarti jika nilai X1 dan X2 tidak mengalami perubahan maka nilai konsistensi variabel keputusan pembelian (Y) bernilai 1.678.
2. Nilai koefisien variabel kualitas produk (X1) sebesar 0.182 yang berarti apabila variabel kualitas produk (X1) mengalami kenaikan sebesar 1, maka akan menaikkan variable keputusan pembelian (Y) sebesar 0.182.
3. Nilai koefisien variabel harga (X2) sebesar 0.307 yang berarti apabila variabel harga (X2) mengalami kenaikan sebesar 1, maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0.307.

5. Uji Hipotesis

1) Uji T

Tabel 7. Uji T

Variabel	Beta	t	Sig.
Kualitas Produk	0.222	2.345	0.028
Harga	0.558	5.602	0.000

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, dapat dilihat variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena memiliki nilai t hitung sebesar 2.345 dan 5.602 yang artinya lebih besar daripada t tabel yang sebesar 1.984 serta nilai signifikansi yang dihasilkan adalah 0.028 dan 0.000 yang berarti < 0.05. Sehingga kesimpulan yang didapatkan adalah hipotesis pertama (H1) dan hipotesis kedua (H2) diterima.

2) Uji F

Tabel 8. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	250.498	2	125.249	56.947	0.000[b]
Residual	213.342	97	2.199		
Total	463.840	99			

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, dapat dilihat nilai F hitungnya sebesar 56.947 yang berarti lebih besar daripada nilai F tabel yang sebesar 3.090 serta nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0.028 dan 0.000 yang artinya < dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan kedua hipotesis diterima, yang berarti kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Matic Honda pada konsumen di Kota Palembang.

3) Koefisien Determinasi R

Tabel 9. Koefesioner Determinasi R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.735[a]	0.540	0.531	1.483

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai hasil analisis determinasi sebesar 0.531 yang artinya variable kualitas produk dan harga mampu menjelaskan variable keputusan pembelian sebesar 52.1%. sedangkan sisanya sebesar 47.9% dijelaskan oleh variable lainnya.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Pada Konsumen Di Kota Palembang

Hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini berbunyi "Harga" berpengaruh positif terhada keputusan pembelian Motor Matic Honda pada konsumen di Kota Palembang". Hipotesis pada pernyataan variabel kualitas produk ini diterima karena berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh hasil nilai signifikansi 0.028 dan 0.000 yang berarti < dari 0.05, yang dimana artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas Motor Matic Honda yang diberikan maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, begitupun sebaliknya semakin buruk kualitas produk Motor Matic Honda yang diberikan maka akan membuat konsumen meragukan keputusan pembelian motor Matic Honda.

2. Pengaruh Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Pada Konsumen Di Kota Palembang

Hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini berbunyi "Kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Motor Matic Honda pada konsumen di Kota Palembang". Hipotesis pada pernyataan variabel harga ini diterima diterima karena berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh hasil nilai signifikansi 0.000 yang berarti < dari 0.05, yang dimana artinya variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu penentu konsumen dalam menentukan keputusan pembelian Motor Matic Honda.Semakin terjangkau harga yang ditetapkan Motor Matic Honda maka akan membuat konsumen

tertarik untuk menentukan keputusan pembelian, dan sebaliknya apabila harga yang ditetapkan cenderung tinggi maka akan mengurangi keinginan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian Motor Matic Honda pada lain waktu.

DAMPAK

Penelitian ini dibuat dengan harapan agar dapat memberikan dampak sebagai berikut:

1. Dampak Teoritis
   Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi pengembangan research yang akan datang serta menjadi referensi bagi perkembangan ilmu manajemen khususnya di konsentrasi pemasaran yang akan datang terkait topik pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda di Kota Palembang.
2. Secara praktis, penelitian ini dibuat dengan harapan dapat menjadi bahan perusahaan dan informasi tambahan bagi perusahaan atau pemilik bisnis dalam memahami perilaku konsumen dalam keputusan pembelian terkait harga dan kualitas produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian beserta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Motor Matic Honda pada konsumen di Kota Palembang.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Motor Matic Honda pada konsumen di Kota Palembang.

Karena hasil yang didapatkan pada pengujian hipotesis mempunyai nilai signifikansi yang < dari 0.05 yang berarti kedua hipotesis pada penelitian ini diterima.

SARAN.

Terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti, yaitu:

1. Untuk peneliti selanjutnya mungkin dapat melakukan wawancara secara langsung terhadap responden untuk proses pengumpulan data agar mendapatkan hasil yang lebih bervariasi, lebih akurat dan memperkuat data penelitian.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan suatu penelitian dengan cara memasukkan variabel-variabel lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Referensi

Adinugraha, H.W. I.-P. I. B., & 2017, undefined. (2017). Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research. *Perisai.Umsida.Ac.Id*, *1*(3), 1–16. https://doi.org/10.21070/perisai.1365

Angelina, A. (2019). *Pengaruh Penetapan Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko My Hobby Town)*. http://repositori.buddhidharma.ac.id/1036/

Arza, O., Syafitri, Y., Jurnal, D. M.-P., & 2021, undefined. (2021). Pengaruh Sumber Daya Manusia, Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada. *Ejurnal-Unespadang.Ac.Id*, *3*(3), 519–542. http://www.ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/PJ/article/view/364

bisnis, D. H.-J. keuangan dan, & 2015, undefined. (n.d.). Analisis faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Osf.Io*. Retrieved March 2, 2023, from https://osf.io/2dg3q/download

Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, *4*(1).

Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi penelitian*. https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/16455

Haq, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Eastwood Bandung*. Https://Repository.Widyatama.Ac.Id/Xmlui/Handle/123456789/15730

HR, H. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Pendidikan*. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=PFd1DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Hipotesis+adalah+jawaban+yang+sifatnya+masih+sementara+terhadap+permasalahan+pada+penelitan+yang+telah+dinyatakan+dalam+bentuk+rumusan+masalah+(Sugiyono,++2013:99).&ots=PvtmQ50rUL&sig=UYQm0btb0r8GryqAuTsqaxj5x

(JIRA), M. P.-J. I. dan R. A., & 2018, undefined. (n.d.). Pengaruh profitabilitas dan size terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. *Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id*. Retrieved March 2, 2023, from http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/116/113

Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif (panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif)*. https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/

Manajemen, A. W.-J. I., & 2019, undefined. (n.d.). Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimal investasi, dan pelatihan pasar modal terhadap minat investasi (Studi kasus mahasiswa FE Unesa. *Core.Ac.Uk*. Retrieved March 2, 2023, from https://core.ac.uk/download/pdf/230764342.pdf

Manajemen SDM: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Manfaat dan Ruang Lingkup - Gramedia Literasi. (n.d.). Retrieved October 3, 2022, from https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-sdm/

Mohamad, H. (2023). *PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN KOOPERATIF TIPE WORD SQUARE TERHADAP KEAKTIFAN SISWA PADA TEMA 1 SUB TEMA 1 PEMBELAJARAN 1*. https://repository.ummat.ac.id/id/eprint/6729

Oleh. (n.d.). *SKRIPSI PENGARUH HARGA,KUALITAS PRODUK DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC HONDA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)*.

Pembelian E-Commerce, K., Romla, S., Ratnawati KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE MELALUI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, A., & Romla Alifah Ratnawati, S. (n.d.). Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web. *Lppm-Unissula.Com*. Retrieved March 2, 2023, from http://lppm-unissula.com/jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/viewFile/2925/2130

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN VODKASODA SHIRT | Jurnal Performa : Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis. (n.d.). Retrieved March 2, 2023, from https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/447

Pengetahuan, D. S.-J. M. I., Seni, undefined, Dan, undefined, & 2020, undefined. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel. *Jurnalmandiri.Com*, *4*(1), 38–51. https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99

Peran, A., Hidup, G., Kualitas, D., Terhadap, P., Pembelian, K., Automotif, P., Tannady, H., Wahyuningsih, E. S., Supriatna, D., Hadayanti, D., Purwokerto, W., Al, S.,

Pangandaran, F., & al Ghifari, U. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Mukena Siti. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *3*(6), 4139–4145. http://repository.stei.ac.id/8772/

Santosa, D. (2021). *Pengaruh insentif dan komitmen organisasi terhadap kinerja driver Gojek di Kawasan Stasiun Juanda, Jakarta Pusat/Daniel Leon Santosa/27160001/Pembimbing*. http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1836/

Suhartono, & Rahayu, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA JASA PELATIHAN UVI CONSULTANT YOGYAKARTA). *JURNAL MANAJEMEN*, *11*(1). https://doi.org/10.26460/jm.v11i1.2273

Sulistiawan, D., Riadi, S. S., & Maria, S. (2017). Pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai. *KINERJA*, *14*(2), 61–69. https://doi.org/10.30872/JKIN.V14I2.2480

Tren WFH Dongkrak Penjualan PC Dunia Kuartal II-2020. (n.d.). Retrieved October 10, 2022, from https://tekno.kompas.com/read/2020/07/13/15050047/tren-wfh-dongkrak-penjualan-pc-dunia-kuartal-ii-2020