



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KENDARAAN SUZUKI MOBIL PADA
PT PERSADA LAMPUNG RAYA KEDATON**

Martinus Wahyu Purnomo
Universitas Bina Sarana Informatika

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Dikirim : 12 September 2022
Revisi pertama : 22 September 2022
Diterima : 26 September 2022
Tersedia online : 03 Oktober 2022

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga,
Keputusan Pembelian

E-mail : martinus.myo@bsi.ac.id

Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton. Penelitian ini dilaksanakan melalui studi lapangan dan kepustakaan. Subjek penelitian adalah seluruh karyawan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya dengan sampel penelitian 50 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisa regresi linier berganda. Hasil penelitian didapatkan: (1) kualitas produk masuk dalam kategori sangat baik. (2) harga masuk dalam kategori sangat baik. (3) keputusan pembelian masuk dalam kategori sangat baik. (4) kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya, nilai $F_{hitung}=63.755$ dan $sig.=0.000$. Hasil tersebut memiliki makna, kualitas produk yang dikembangkan dengan baik dan harga yang kompetitif dapat meningkatkan keputusan pembelian kendaraan dengan baik.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

PT Persada Lampung Raya Kedaton (PLR Kedaton) merupakan salah satu dealer resmi Suzuki mobil di provinsi Lampung. Adapun pelayanan yang diberikan kepada konsumen adalah pembelian mobil, spare part dan konsultasi mengenai kendaraan Suzuki. Perusahaan sendiri menekankan setiap karyawan untuk bekerja keras, integritas dan kebersamaan. Dalam hal ini setiap karyawan PLR Kedaton dituntut untuk selalu bekerja dengan penuh semangat, menunjukkan rasa hormat kepada orang lain dan saling bekerjasama. Melihat tuntutan kinerja yang tinggi untuk menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian kendaraan Suzuki maka diperlukan kualitas produk dan harga yang tepat.

Banyak variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian di antaranya adalah kualitas produk dan harga. Hal tersebut menjadi penting karena dapat mengatur pengeluaran dengan kesesuaian antara kualitas produk dan harga. Dimana pada akhirnya berpengaruh terhadap keputusan pembelian jangka panjang konsumen.

Berdasarkan hasil pengamatan sementara penulis dilapangan terlihat beberapa masalah yang berkaitan dengan keputusan pembelian. Dari segi kualitas produk ketersediaan suku cadang masih harus inden. Dari segi harga relatif tinggi. Hal tersebut apabila dibiarkan dan tidak mendapat perhatian akan berdampak pada keputusan pembelian oleh konsumen.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton ?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton.

KAJIAN PUSTAKA

Dengan mempertimbangkan keterbatasan kemampuan, pengetahuan, waktu dan biaya maka dalam rangka pengambilan data, masalah yang akan diteliti dibatasi pada

masalah apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton, apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton, baik dilakukan secara terpisah maupun secara bersama-sama. Ruang lingkup penelitian terdiri atas 30 responden yang terdiri atas seluruh pegawai pada PT Persada Lampung Raya Kedaton. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki pada PT Persada Lampung Raya Kedaton, mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki pada PT Persada Lampung Raya Kedaton dan mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki pada PT Persada Lampung Raya Kedaton.

Kualitas Produk

Menurut Deming dalam Yamit (2017:7) mengatakan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Masih dalam Yamit (2017:8) mengatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Selanjutnya menurut Wijaya (2018:8) mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Dari berbagai definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah ukuran yang dijadikan konsumen sebagai alat untuk menggunakan produk atau jasa.

Martinich dalam Yamit (2017:376) menyatakan bahwa terdapat enam dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut :

1. *Performance*. Menjelaskan karakteristik sejauh mana produk dapat berfungsi sebagaimana fungsi utama produk tersebut.
2. *Range and type of feature*. Menjelaskan kelengkapan fitur-fitur tambahan suatu produk selain punya fungsi utama juga dilengkapi dengan fungsi-fungsi lain yang bersifat komplemen.
3. *Reliability and durability*. Menjelaskan kehandalan produk dalam penggunaan secara normal dan berapa lama produk dapat digunakan hingga perbaikan diperlukan.
4. *Maintainability and serviceability*. Menjelaskan kemudahan untuk pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti.
5. *Sensory characteristics*. Menjelaskan bagaimana tampilan produk agar dapat menarik perhatian konsumen.
6. *Ethical profile and image*. Menjelaskan persepsi konsumen berkaitan dengan nama besar, reputasi perusahaan atau merek.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3) mengatakan Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Sedangkan menurut Malau (2018:125) mengatakan bahwa Harga adalah nilai

tukar suatu barang atau jasa, dengan kata lain, itu merupakan produk yang dapat ditukar di pasar. Selanjutnya menurut Alma (2018:171) mendefinisikan Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Dari berbagai definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen sebagai nilai tukar untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang diberikan oleh penyedia barang atau jasa.

Indikator harga dalam penelitian ini mengacu pada pendapat dari Kotler dalam Krisdayanto (2018:4) adalah sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga. Artinya harga dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan target segmen pasar yang dipilih.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa. Artinya harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas atau jasa yang ditawarkan
3. Daya saing harga. Artinya harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat. Artinya konsumen akan merasakan puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

Keputusan Pembelian

Menurut Damiaati (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian yaitu suatu proses pengambilan keputusan dengan seleksi yang dilakukan individu untuk menentukan pilihan diantara beberapa alternatif terkait suatu produk yang sesuai untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan menurut Buchari (2018) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Selanjutnya menurut Agusta (2020) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah tahapan konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya sudah paling baik dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Dari berbagai definisi keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah sikap konsumen dalam menentukan suatu pemilihan suatu produk untuk mencapai kepuasan yang diinginkan.

Indikator keputusan pembelian dalam penelitian ini mengacu pada pendapat dari Buchari (2018) adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan masalah. Merupakan proses pembelian yang diawali pengenalan masalah atau kebutuhan konsumen.
2. Pencarian informasi. Merupakan proses dimana konsumen mencari informasi tentang kebutuhan melalui beberapa sumber.
3. Evaluasi alternative. Merupakan proses dimana konsumen mempunyai beberapa pilihan alternatif merk atau produk.
4. Keputusan pembelian. Merupakan tahap dimana konsumen dihadapkan pada keputusan pembelian terhadap produk yang disukai.
5. Perilaku pasca pembelian. Merupakan tahap dimana konsumen dipengaruhi oleh pengalaman pada saat membeli produk.

METODE PENELITIAN

Desaian Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu bulan agustus 2022. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif verifikatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh organisasi berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Sedangkan verifikatif pada dasarnya untuk menguji teori dengan menggunakan hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistika yang digunakan untuk menguji variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2017:7).

Variabel Penelitian dan Definisi Operasioal

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Hakekat sebuah masalah, mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model (Ferdinand, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2017). Sebagai variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan harga (X2).

Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti, karenanya dipandang sebagai semesta penelitian (Ferdianad, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang ada di PT Persada Lampung Raya Kedaton. Sampel merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2017). Dalam penelitian ini tidak digunakan teknik sampling karena sampel yang diteliti adalah keseluruhan dari populasi yang ada atau disebut dengan sensus. Mengingat jumlah populasi hanya sebesar 30 pegawai, maka layak untuk diambil keseluruhan untuk dijadikan sampel tanpa harus mengambil sampel dalam jumlah tertentu.

Jenis dan Sumber Data

Menurut Algifari (2017), data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa melalui perantara). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data kuesioner. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi dan Arikunto (2018), instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam melakukan kegiatannya untuk mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Instrumen dalam penelitian ini berupa angket (kuesioner) yang berisi pernyataan yang perlu dijawab dan diisi oleh responden. Angket tersebut berisi pernyataan tentang kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Data-data dalam

penelitian ini berbentuk kuantitatif, yaitu dengan membagikan kuisisioner kepada responden. Responden diminta melakukan penilaian tentang kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan-pernyataan kepada responden dengan panduan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pernyataan terbuka dan tertutup.
2. Observasi. Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
3. Studi Pustaka. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Metode Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data, maka perlu dilakukan tahap-tahap teknik pengolahan data sebagai berikut :

1. *Editing*. *Editing* merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperoleh terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data dengan teknik statistik.
2. *Coding* merupakan kegiatan pemberian tanda berupa angka pada jawaban dari kuesioner untuk kemudian dikelompokkan ke dalam kategori yang sama. Tujuannya adalah menyederhanakan jawaban.
3. *Scoring*. *Scoring* yaitu mengubah data yang bersifat kualitatif kedalam bentuk kuantitatif. Dalam penentuan skor ini digunakan skala likert dengan lima kategori penilaian, yaitu:
 - a. Skor 5 diberikan untuk jawaban sangat setuju
 - b. Skor 4 diberikan untuk jawaban setuju
 - c. Skor 3 diberikan untuk jawaban kurang setuju
 - d. Skor 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju
 - e. Skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju
4. *Tabulating*. *Tabulating* yaitu menyajikan data-data yang diperoleh dalam tabel, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses *tabulating* selesai dilakukan, kemudian diolah dengan program komputer SPSS 22.

Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2018). Pengujian validitas instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* :

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

Keterangan :

r_{xy} = Nilai Validitas

X = Total Item Variabel X

Y = Total Item Variabel Y

Hasil perhitungan per item pernyataan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* memperoleh angka korelasi (r_{hitung}) yang harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai (r_{tabel}). Jika nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} maka pernyataan valid dan jika nilai $r_{hitung} <$ nilai r_{tabel} maka pernyataan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018), menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Untuk mencari reliabilitas digunakan rumus Koefisien Alfa (*CronBach Alpha*) yaitu :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sum \sigma_i^2} \right]$$

Keterangan :

α = Nilai reliabilitas

k = Jumlah item pernyataan

$\sum \sigma_i^2$ = Nilai varians masing-masing item

$\sum \sigma_i^2$ = Varians total

Setelah hasil nilai Koefisien Alfa (*CronBach Alpha*) didapatkan maka nilai tersebut dibandingkan dengan r_{hitung} pada tabel nilai r . Jika nilai Alfa $>$ r_{hitung} maka pernyataan tersebut reliabel. Sebaliknya jika nilai Alfa $<$ r_{hitung} maka pernyataan tersebut tidak reliabel (Arikunto, 2018).

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisa yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Dalam sebuah penelitian, analisis deskriptif digunakan untuk menguji setiap variabel yang diangkat yaitu variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2019).

Deskripsi data variabel penelitian ini didasarkan pada nilai interval, dengan rumus sebagai berikut :

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan :

I = Interval

NT = Nilai Tertinggi

NR = Nilai Terendah

K = Kategori
(Sugiyono, 2018)

Persamaan Regresi Linier Ganda

Analisis regresi linier berganda digunakan mengetahui arah pengaruh variabel independen (Kualitas produk dan Harga) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian), apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel dependen, apakah nilai variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan Regresi Linier Ganda tersebut adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Variabel Kinerja
X1 = Variabel Kepemimpinan
X2 = Variabel Motivasi
a = Intercep
b = Koefisien regresi
e = Tingkat Kesalahan (Error term)
(Sugiyono, 2013: 261)

Korelasi (r)

Korelasi digunakan untuk mengetahui besarnya nilai hubungan variabel independen (Kualitas produk dan Harga) dengan variabel dependen (Keputusan pembelian), yang dihitung dengan menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Korelasi
X = Variabel bebas
Y = Variabel terikat
(Sugiyono, 2018)

Determinasi (r²)

Determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya nilai pengaruh variabel independen (Kualitas produk dan Harga) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian), yang dihitung dengan menggunakan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi
r = nilai Korelasi
(Sugiyono, 2018)

Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Untuk menguji kebenaran hipotesis secara parsial (satu per satu) menggunakan Uji t, dengan terlebih dahulu menentukan nilai t_{hitung} , menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t_{hit} = Pengujian signifikansi Korelasi *product moment*

r^2 = Korelasi *Product moment*

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Kriteria pengujiannya adalah :

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh signifikan
- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka ada pengaruh signifikan

Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Untuk menguji kebenaran hipotesis secara simultan (bersama-sama) menggunakan Uji F, dengan terlebih dahulu menentukan nilai F_{hitung} , menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F_{hit} = \frac{R^2 (n - k - 1)}{k (1 - R^2)}$$

Keterangan:

F_{hit} = Nilai Uji F

R = Korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Kriteria pengujiannya adalah :

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh signifikan
- Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka ada pengaruh signifikan

(Sugiyono, 2018).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas pada instrumen penelitian ini dilakukan pada 30 butir kuesioner yang diajukan, yaitu yang terdiri dari tiga variabel penelitian. Sebanyak 10 item pada variabel kualitas produk (X1) dan 10 item pada variabel harga (X2) dan 10 item pada variabel keputusan pembelian (Y). Adapun pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi (r_{hitung}) setiap item pernyataan (Lihat pada Lampiran 3) dengan nilai kritik r (r_{tabel}), yang diujicobakan pada 50 orang, dengan menggunakan taraf kepercayaan 5%. yaitu 0.297 Sehingga diperoleh hasil uji validitas adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk

No	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0.954	0.297	Valid
2	0.910	0.297	Valid
3	0.913	0.297	Valid
4	0.938	0.297	Valid
5	0.923	0.297	Valid
6	0.912	0.297	Valid
7	0.891	0.297	Valid
8	0.869	0.297	Valid
9	0.903	0.297	Valid
10	0.789	0.297	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa 10 item pernyataan yang diujikan untuk variabel kualitas produk adalah berstatus valid.

Tabel 2. Pengujian Validitas Variabel Harga

No	r _{hitung}	r _{table}	Keterangan
1	0.677	0.297	Valid
2	0.813	0.297	Valid
3	0.872	0.297	Valid
4	0.873	0.297	Valid
5	0.789	0.297	Valid
6	0.732	0.297	Valid
7	0.762	0.297	Valid
8	0.740	0.297	Valid
9	0.903	0.297	Valid
10	0.789	0.297	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa 10 item pernyataan yang diujikan untuk variabel harga adalah berstatus valid.

Tabel 3. Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No	r _{hitung}	r _{table}	Keterangan
1	0.884	0.297	Valid
2	0.952	0.297	Valid
3	0.912	0.297	Valid
4	0.936	0.297	Valid
5	0.847	0.297	Valid
6	0.943	0.297	Valid
7	0.874	0.297	Valid
8	0.911	0.297	Valid
9	0.960	0.297	Valid
10	0.875	0.297	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa 10 item pernyataan yang diujikan untuk variabel keputusan pembelian adalah berstatus valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai alpha dengan nilai kritik r (r_{tabel}) pada jumlah sampel uji adalah 50 orang. Dengan taraf kepercayaan yang diambil adalah sebesar 95%, yaitu 0.297. Hasil tersebut maka didapatkan nilai perbandingan adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Alfa	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk	0.974	0.297	Reliabel
Harga	0.936	0.297	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.976	0.297	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Pada tabel di atas maka dapat dilihat hasil pengujian untuk uji reliabilitas, yaitu diketahui bahwa dari ketiga variabel yang diujikan memiliki nilai uji yang bersifat reliabel. Hasil tersebut dapat terlihat dari nilai alfa yang diperoleh lebih besar dari nilai r tabel. Pengujian juga menunjukkan bahwa nilai reliabilitas yang tinggi.

Uji Hipotesis secara Parsial

Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, jika nilai Sig < 0.05 maka hipotesis yang diajukan diterima atau H_0 ditolak H_a diterima.

Tabel 5. Uji Hipotesis Secara Parsial

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	1.509	3.895		.388	.700
	Kualitas Produk (X1)	.311	.115	.305	2.712	.009
	Harga (X2)	.673	.125	.604	5.371	.000

a. *Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)*

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Berdasarkan hasil pengujian, maka dapat dijabarkan hasil uji hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut :

Uji Hipotesis X1 terhadap Y:

Koefisien korelasi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian adalah sebesar 0.311, hubungan antar kedua variabel dalam kategori “lemah” karena berada pada interval (0.201 – 0.400) dan arah korelasi (+) artinya jika kualitas produk ditingkatkan maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Sebaliknya jika kualitas produk diturunkan maka akan menurunkan keputusan pembelian.

Uji Hipotesis X2 terhadap Y:

Koefisien korelasi antara harga dengan keputusan pembelian adalah sebesar 0.673, hubungan antar kedua variabel dalam kategori “erat” karena berada pada interval (0.601 – 0.800) dan arah korelasi (+) artinya jika harga dinaikkan maka akan menurunkan keputusan pembelian. Sebaliknya jika harga diturunkan maka akan menaikkan keputusan pembelian.

Uji Hipotesis secara Simultan

Uji Anova (uji F) ini digunakan untuk menguji variabel independen secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel terikat, jika nilai Sig < 0.05 maka hipotesis yang diajukan diterima atau Ho ditolak Ha diterima.

Tabel 6. Uji Hipotesis X1 dan X2 terhadap Y

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1798.688	2	899.344	63.755	.000 ^b
	Residual	662.992	47	14.106		
	Total	2461.680	49			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						
b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)						

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Berdasarkan Uji Anova atau F tes didapat F hitung sebesar 63.755 dengan taraf signifikan sebesar 0.000, karena *probability* jauh lebih kecil dari 0.05 maka kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian maka hipotesis ketiga “kualitas kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan Suzuki mobil pada PT Persada Lampung Raya Kedaton ”diterima”.

KESIMPULAN DAN SARAN**Kesimpulan**

1. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang kecil terhadap keputusan pembelian kendaraan oleh konsumen. Hal ini bukan berarti mengesampingkan kualitas produk perusahaan.
2. Harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian kendaraan oleh konsumen. Penurunan harga berupa diskon, potongan angsuran dapat mempengaruhi konsumen.
3. Kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian kendaraan oleh konsumen. Jika kualitas produk bagus dan lengkap ditambah harga yang menarik dapat mempengaruhi konsumen.

Saran

1. Aspek kualitas produk Suzuki mobil hendaknya dapat ditingkatkan dengan lebih baik. Dengan cara pemberian fitur tambahan dan kehandalan produk kendaraan agar masyarakat tertarik.

2. Aspek harga Suzuki mobil hendaknya memberikan potongan harga. Dengan cara memberikan memberikan diskon pada kendaraan tertentu untuk meningkatkan daya tarik masyarakat.
3. Aspek keputusan pembelian Suzuki mobil hendaknya dapat ditingkatkan dalam hal pelayanan kepada konsumen. Dengan adanya pelayanan yang baik membuat konsumen merasa diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, R. P., & Dewi, C. K. 2020. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Widjie Coffee)*. Volume 6 No 3.
- Algifari. 2017. *Statistik Induktif untuk Ekonomi Dan Bisnis*. UPP AMP YKPN.
- Alma H. Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. 2018. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ferdinan,Agusty. 2017. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. BP Universitas Diponegoro
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta : Salemba Empat.
- Malau, Harman. 2018. *Manajemen Pemasaran :Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung :Alfabeta.
- Supranto, J. 2014. *Statistik : Teori dan Aplikasi. Edisi keenam*. Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, Tony. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa. Edisi kedua*.Jakarta : PT Indeks.
- Yamit, Zulian. 2017. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta. : Ekonisia.