

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UNIT USAHA SERVIS DAN
SPAREPART MESIN POTONG PADI MODAL JUJUR
TRIENGGADENG PIDIE JAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

FAUZAN AZHIM
NPM. 1502120358



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2022**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX 21023 - 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 29 Agustus 2022

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

FAUZAN AZHIM
NPM. 1502120358

Dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA UNIT USAHA SERVIS DAN SPAREPART MESIN
POTONG PADI MODAL JUJUR TRIENGADENG PIDIE JAYA**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Manajemen

Suryani Murad, SE, M.Si
NIK. 19720205 200103 2 001

Pembimbing I

Drs. H. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si. MM
NIK. 19700408 199401 1 001

Pembimbing II

Sulfitra, S.Si, M.Si
NIK. 19751027 201001 1 001

Mengetahui,
Dekan

Drs. H. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si. MM
NIK. 19700408 199401 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 29 Agustus 2022

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

FAUZAN AZHIM
NPM. 1502120358

Dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA UNIT USAHA SERVIS DAN SPAREPART MESIN
POTONG PADI MODAL JUJUR TRIENGADENG PIDIE JAYA**

yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 15 Agustus 2023

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua

Drs. H. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si. MM
NIK. 19700408 199401 1 001

Sekretaris

Hj. Nadiya, SE, M.Si
NIK. 19590107 199201 2 001

Anggota

Suryani Murad, SE, M.Si
NIK. 19720205 200103 2 001

Anggota

Hj. Nadiya, SE, M.Si
NIK. 19590107 199201 2 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Suryani Murad, SE, M.Si
NIK. 19720205 200103 2 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISMSE

SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI ENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DIKEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR, MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU.

Banda Aceh, 29 Agustus 2022
Yang Menyatakan



FAUZAN AZHIM

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FAUZAN AZHIM
NPM : 1502120358
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI
Jenis Karya : SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eksklusif** (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UNIT USAHA SERVIS DAN
SPAREPART MESIN POTONG PADI MODAL JUJUR
TRIENGGADENG PIDIE JAYA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat Di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 29 Agustus 2022

Banda Aceh, 29 Agustus 2022
Yang Menyatakan



FAUZAN AZHIM

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Unit Usaha Servis dan Sparepart Mesin Potong Padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya”*. Salawat dan salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa syiar islam di atas muka bumi ini.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan S1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Keberhasilan dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Ibu Suryani Murad, SE, M.Si, Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Ibu Tuwisna, SE, MM, Selaku Ketua Laboratorium Jurusan Manajemen/ Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
4. Bapak Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM, Selaku pembimbing I dan Bapak Sulfitra, S.Si, MSi, Selaku pembimbing II, yang telah memberikan dorongan dan arahan dari rencana hingga selesainya penelitian ini.

5. Ayahanda Alm. H. Abdul Aziz Bin Muddin dan Ibunda Hj. Khairiah beserta keluarga besar tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian dan pengorbanan moral dan material yang tidak terkira sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
6. Sahabat seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak penulis terima dengan senang hati. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Banda Aceh, 14 Juli 2022
Hormat Saya,

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	8
2.1.1.2 Keputusan Pembelian Konsumen	9
2.1.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Kualitas produk	15
2.1.2.1 Pengertian Kualitas produk	15
2.1.2.2 Indikator Kualitas produk	16
2.1.3 Harga	16
2.1.3.1 Pengertian Harga	16
2.1.3.2 Indikator Harga	18
2.2 Penelitian Sebelumnya	18
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.1.1 Tujuan Penelitian	22
3.1.2 Jenis Penelitian	22
3.1.3 Horizon Waktu	22
3.1.4 Unit Analisis	23
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.2.1 Populasi Penelitian	23
3.2.2 Sampel Penelitian	23
3.3 Sumber data	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25

3.5	Defenisi dan Operasional Variabel	26
3.6	Teknik Analisis Data	27
3.7	Pengujian Data	28
3.7.1	Pengujian Validitas	28
3.7.2	Uji Reliabilitas	29
3.8	Pengujian Asumsi Klasik	29
3.8.1	Uji Normalitas	29
3.8.2	Uji Multikolineritas	29
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	30
3.9	Pengujian Hipotesis	30
3.9.1	Uji Parsial (Uji t)	30
3.9.2	Uji Simultan (Uji F)	31
3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2)	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.2	Hasil Penelitian	34
4.2.1	Karakteristik Responden	34
4.2.2	Pengujian Data	36
4.2.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	38
4.2.4	Pengujian Hipotesis	40
4.3	Pembahasan	45
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	47
5.2	Saran	48
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Jasa Servis, Sparepart dan Mesin Potong Padi Tahun 2020	3
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	20
Tabel 3.1 Pengukuran Menggunakan Skala <i>Likert</i>	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Penghasilan	35
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	36
Tabel 4.6 Uji Validitas Instrumen Penelitian	37
Tabel 4.7 Uji Reabilitas Instrumen Penelitian	37
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	38
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Variasi Harga	39
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	40
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)	41
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji F)	43
Tabel 4.13 Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UNIT USAHA SERVIS
DAN SPAREPART MESIN POTONG PADI
MODAL JUJUR TRIENGGADENG
PIDIE JAYA**

**FAUZAN AZHIM
NPM. 1502120358**

**Pembimbing: 1. Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM
2. Sulfitra, S.Si, MSi**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih dalam suatu penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang konsumen pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya dengan kriteria telah membeli produk lebih dari satu kali dan bersedia menjadi responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat ditentukan oleh kualitas produk. Hal ini karena konsumen mengutamakan kualitas produk saat melakukan pembelian produk/jasa servis, sparepart dan mesin potong padi fashion pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya ditentukan oleh variabel harga. Semakin bervariasi harga maka semakin besar peluang dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ditentukan oleh kualitas produk dan harga. Semakin baik kualitas produk dan semakin bervariasi harga maka semakin besar peluang dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Keputusan pembelian.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Keberhasilan upaya peningkatan produkifitas di sektor pertanian salah satunya dapat dilakukan dengan menggerakkan semua sumber daya yang dimiliki oleh pelaku usaha tani. Sumber daya yang dapat diandalkan di era merdernisasi saat ini adalah dengan pemanfaatan potensi inovatif teknologi baru di bidang pertanian seperti Alat Mesin Pertanian (Alsintan). Penggunaan fasilitas pertanian berbasis teknologi modern oleh pelaku usaha tani (petani) menjadi salah satu langkah strategis untuk mewujudkan pencapaian sasaran produksi.

Kondisi ini mendorong produsen distributor dan penyedia barang dan jasa Alsintan untuk melebarkan sayapnya di bidang pertanian. Maka tidak mengherankan jika akhir-akhir ini bisnis barang dan jasa Alsintan semakin marak, banyak perusahaan distributor dan penyedia barang dan jasa Alsintan muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dalam menawarkan produknya. Perkembangan bisnis Alsintan yang semakin marak dewasa ini, tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil seperti Kota Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya.

Sejalan dengan perkembangan bisnis alat-alat teknologi pertanian modern, maka upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen terus ditingkatkan dengan tetap memperhatikan syarat alat-alat teknologi pertanian yang layak dan memenuhi standar nasional Indonesia. Untuk menunjang keberhasilan usaha perusahaan maka perlu memperhatikan makna pemasaran. Menurut Kotler (2013)

pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan seseorang atau kelompok lainnya.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Ini dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Dalam perencanaannya produk yang dihasilkan harus sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen yang dimana kualitas produk harus baik dalam hal mutu, model dan desain produknya. Kualitas produk sebagai tolak ukur peragaan hasil yang dapat difungsikan berperan dalam penentuan nilai pelanggan terhadap produk yang dibelinya. Harga sebagai penentu keuntungan atau laba perusahaan, penentuan tarifnya dipengaruhi oleh tingkatan tinggi rendahnya biaya produksi suatu produk (Ginting, 2019:142).

Unit Usaha Servis dan Sparepart Mesin Potong Padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan penjualan jasa servis, sparepart dan mesin potong padi di Kabupaten Pidie Jaya dan sekitarnya. Modal Jujur yang saat ini mulai merambah pasar hingga wilayah pantai utara dan timur Aceh ini menyediakan barang dan jasa servis Alsintan baik mesin maupun sparepart dengan berbagai merek seperti Kubota dan Yanmar. Modal Jujur yang beralamat di Jalan Banda Aceh-Medan, No. 7, Trieng Gadeng Kabupaten Pidie Jaya ini memiliki keunggulan yaitu menjual produk kualitas baik mesin maupun *sparepart* dengan harga yang

terjangkau, pelayanan servis yang memadai, dan fasilitas-fasilitas yang relatif lengkap. Lokasi Modal Jujur ini sangat strategis berada di Jalan Banda Aceh-Medan yang merupakan jalan utama yang penghubung antar kabupaten/kota di Provinsi Aceh. Adapun data penjualan jasa servis, *sparepart* dan mesin potong padi tahun 2020 dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Data Penjualan Jasa Servis, Sparepart dan Mesin
Potong Padi Tahun 2020

No	Bulan	Jasa Servis	Sparepart	Alsintan	Total
1	Januari	860	720	8	1.588
2	Februari	604	1.041	3	1.648
3	Maret	853	1.254	38	2.145
4	April	491	576	13	1.080
5	Mei	482	838	4	1.324
6	Juni	308	458	32	798
7	Juli	539	781	9	1.329
8	Agustus	734	573	26	1.333
9	September	692	809	11	1.512
10	Oktober	892	1.154	32	2.078
11	November	1.204	1.781	61	3.046
12	Desember	738	2.493	45	3.276
Jumlah		8.397	12.478	282	21.157

Sumber: Unit Usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya, (2022).

Data penjualan jasa servis, sparepart dan mesin potong padi tahun 2020 di atas menunjukkan bahwa pencapaian realisasi penjualan Unit Usaha Modal Jujur pada setiap bulan belum merata atau belum stabil. Antara bulan Januari sampai Desember 2020 target dan realisasi penjualan mengalami ketidakstabilan (fluktuatif). Hal ini dapat diasumsikan bahwa kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya belum menunjukkan kestabilan.

Unit Usaha Modal Jujur bukanlah satu-satunya distributor dan penyedia barang dan jasa Alsintan di Kabupaten Pidie Jaya, setidaknya terdapat 11 perusahaan lain yang ambil bagian dalam bisnis serupa di Kabupaten Pidie Jaya dan sekitarnya sehingga persaingan bisnis penjualan jasa servis, *sparepart* dan mesin potong padi saat ini mulai ketat. Untuk itu Unit Usaha Modal Jujur mulai serius memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumennya dan kemudian merealisasikannya.

Konsumen dalam membeli jasa servis, *sparepart* dan mesin potong padi tidak hanya melihat faktor kualitas produk saja namun mereka mempertimbangkan faktor-faktor lain salah satunya seperti harga yang ditawarkan oleh penjual. Alasan masyarakat mempertimbangkan faktor harga karena hal tersebut berkaitan dengan pendapatan konsumen. Menurut Tjiptono (2018), harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya yang berperan sebagai penentu utama dari pilihan konsumen.

Hasil Survei awal pada tanggal 24 Desember 2021 terhadap 25 orang konsumen yang membeli jasa servis, *sparepart* dan mesin potong padi Unit Usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya, diperoleh informasi bahwa terdapat beberapa kekecewaan konsumen terhadap kualitas produk, dimana sering terdapat kerusakan setelah enam bulan digunakan. Rata-rata komplain dari konsumen yaitu sebagian Alsintan mengalami karatan pada unit mesin khususnya pada bagian pemotongan. Selain itu juga terdapat keluhan mengenai pembuatan saluran pembuangan limbah potong kurang lancar setelah enam bulan digunakan dapat mengakibatkan kurang lancar pada saat pengoperasian mesin.

Ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap kinerja produk akan berdampak terhadap penurunan tingkat penjualan terhadap jasa servis, *sparepart* dan mesin potong padi Usaha Modal Jujur dan apabila keluhan ini disampaikan kepada konsumen lain maka akan mempengaruhi perilaku pembelian jasa servis, *sparepart* dan mesin potong padi pada Usaha Modal Jujur. Namun demikian belum diketahui secara pasti mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan *sparepart* mesin potong padi yang dipasarkan oleh perusahaan tersebut. Berdasarkan fenomena masalah di atas maka peneliti bermaksud untuk mengadakan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan *sparepart* mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan *sparepart* mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya?
2. Bagaimanakah pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan *sparepart* mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan *sparepart* mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan manfaat, baik manfaat secara teoretis maupun manfaat praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap kebijakan manajemen pemasaran pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.
 - b. Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan referensi atau rujukan bagi penelitian selanjutnya (untuk kepentingan masyarakat ilmiah) khususnya mengenai pemasaran pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

2. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini sebagai penambah wawasan dan pengalaman serta penerapan antara teoritis yang selama ini dipelajari di bangku kuliah dengan keadaan sesungguhnya di lapangan khususnya mengenai pemasaran pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.
- b. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan konseptual bagi perkembangan kajian ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen dalam membeli produk pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini perlu dibatasi dalam suatu ruang lingkup penelitian. Penelitian ini difokuskan pada kajian mengenai kualitas produk dan harga dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen adalah tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya. Menurut *American Marketing Assosiation (AMA)* dalam Danang Sunyoto (2019) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian konsumen sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan tindakan transaksi untuk memiliki barang atau menggunakan jasa tertentu.

Keputusan pembelian konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa. Keputusan pembelian konsumen juga merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Subjek ini dapat diprediksi dari beberapa perspektif yang semuanya dipertimbangkan, yaitu: pengaruh konsumen (*consumer influence*), menyeluruh (*wholistic*), dan antarbudaya (*intercultural*).

Keputusan pembelian konsumen dapat dirumuskan sebagai sikap yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa-jasa. Sedangkan perilaku pembeli (*buyer behaviour*) memusatkan perhatian pada perilaku individu khusus, yang membeli produk bersangkutan, sekalipun orang itu tidak terlibat dalam hal merencanakan pembelian tersebut, atau menggunakan produk tersebut (Tjiptono, 2019).

Keputusan pembelian tersebut misalnya seorang ibu rumah tangga diminta bantuannya oleh seorang anggota rumah tangganya untuk membeli suatu produk di pasar yang kemudian mengonsumsinya. Sebagai pembeli, ibu rumah tangga tersebut membawa pengaruh besar atas waktu, sifat dan jumlah pembelian yang dilakukan. Tetapi sekalipun demikian ibu rumah tangga tersebut hanya merupakan sebuah sumber pengaruh, dan pengaruhnya mungkin minim sekali.

Berdasarkan dua pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

2.1.1.2 Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian konsumen berkaitan erat dalam proses pembelian suatu produk. Dalam aktivitas pemasaran, perilaku konsumen merupakan unsur penting yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena pada dasarnya perusahaan tidak mengetahui apa yang ada dalam benak seorang konsumen sebelum, sedang, dan setelah membeli produk tersebut.

Kecenderungan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti pengaruh kualitas, harga dan promosi, memberi isyarat bahwa manajemen perusahaan harus mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, terutama proses pengambilan keputusan pembeliannya. Dalam keputusan pembelian, umumnya ada lima macam peranan yang dapat dilakukan seseorang.

Hal ini sebagaimana dikemukakan Kotler dan Armstrong (2018), bahwa terdapat beberapa peran dari diri konsumen dalam mengambil keputusan, yaitu:

1. Inisiator, yaitu orang yang pertama kali menyadari adanya keinginan atau kebutuhan yang belum terpenuhi dan mengusulkan ide untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu.
2. Pemberi pengaruh, yaitu orang yang memberi pandangan, nasihat, atau pendapat sehingga dapat membantu keputusan pembelian.
3. Pengambil keputusan, yaitu orang yang menentukan keputusan pembelian, apakah jadi membeli, apa yang dibeli, bagaimana cara membeli, atau dimana membelinya.
4. Pembeli, yaitu orang yang melakukan pembelian secara aktual.
5. Pemakai, yaitu orang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang telah dibeli.

Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Swastha dan Handoko, 2019).

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2018), mengatakan bahwa yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Dari pengertian keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Secara garis besarnya, ada dua aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian sebagaimana dikemukakan Suryani (2017) berikut ini.

a. Seberapa jauh pembuatan keputusan

Dimensi pertama ini menggambarkan rangkaian dari pengambilan keputusan untuk yang bersifat habit/kebiasaan. Konsumen dapat mendasarkan keputusannya pada proses kognitif (berfikir) dari pencarian informasi dan evaluasi alternatif-alternatif merek. Pada sisi ini konsumen hanya akan melakukan pembelian pada satu merek saja atau selalu terjadi pembelian yang konsisten.

b. Keterlibatan di dalam pembelian

Pada dimensi kedua ini menggambarkan rangkaian keterlibatan pembelian dari tinggi ke rendah. Pembelian dengan keterlibatan tinggi sangat penting bagi konsumen. Seperti beberapa pembelian yang didasarkan pada ego dari image sendiri. Dalam pembelian demikian konsumen akan melibatkan beberapa resiko, seperti *financial risk* yaitu pada produk-produk yang tergolong mahal, *social risk* yaitu pada produk-produk yang dianggap penting dalam kelompoknya, atau *psychological risk* yaitu pengambilan keputusan yang salah pada konsumen berakibat fatal atau lebih serius. Sedangkan produk-produk dengan keterlibatan rendah kurang begitu penting bagi konsumen, karena resiko *financial*, *social*, dan *psychological* tidaklah cukup besar.

Kedua dimensi yang telah disebutkan di atas nantinya akan menggolongkan keputusan membeli dalam empat tipe pengambilan keputusan. Keempat tipe tersebut adalah pengambilan keputusan yang kompleks, pembuatan keputusan terbatas, loyalitas merek dan inersia. Keempat tipe ini merupakan perpaduan tinggirendahnya dua dimensi di atas.

Pada tipe pertama, yaitu pengambilan keputusan kompleks dicirikan dengan perpaduan adanya keterlibatan yang tinggi dan adanya pembuatan keputusan. Pada pembuatan keputusan rendah, konsumen hanya memiliki keterlibatan rendah namun ada pengambilan keputusan. Pada tipe loyalitas merek, konsumen memiliki keterlibatan yang tinggi namun seberapa jauh ia membuat keputusan bersifat kebiasaan. Pada tipe terakhir yaitu inersia dimana konsumen memiliki keterlibatan rendah dan pembuatan keputusan sebatas kebiasaan.

Pembuatan keputusan terlihat dari adanya proses pencarian informasi yang banyak dan adanya evaluasi terhadap merek. Dan pada pengambilan keputusan yang berdasar kebiasaan, konsumen tidak terlalu memikirkan proses pencarian informasi dan evaluasi terhadap merek.

2.1.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, dan ini bisa menjadi hal yang berbeda-beda dari masing-masing individu. Swastha (2019) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah:

1. Lokasi penjual yang strategis
Dari segi lokasi ini, pembeli akan memilih lokasi yang benar-benar strategis dan tidak membutuhkan terlalu banyak waktu, tenaga, dan biaya seperti: mudah dijangkau, dekat dengan fasilitas-fasilitas umum, atau mungkin dekat dengan jalan raya, sehingga lokasi ini dapat mendukung yang lain.
2. Pelayanan yang baik
Bagi konsumen yang ingin membeli suatu produk, pelayanan yang diberikan pada saat memilih sampai terjadinya transaksi pembelian sangatlah berpengaruh terhadap jadi tidaknya pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Pelayanan yang kurang baik akan menimbulkan rasa tidak puas yang dirasakan oleh konsumen yang selanjutnya akan mempengaruhi tingkat penjualan pada waktu selanjutnya.

3. Kemampuan tenaga penjualnya
 Dalam suatu kegiatan usaha (penjualan), tidak terlepas dari tenaga kerja baik tenaga kerja mesin maupun tenaga kerja manusia. Tenaga kerja merupakan faktor utama dalam perusahaan sehingga diperlukan sejumlah tenaga kerja yang berkemampuan dan mempunyai keterampilan tertentu yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk mendukung kegiatan dalam pemasaran.
4. Iklan dan promosi
 Iklan dan promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya.
5. Penggolongan barang
 Penggolongan barang akan menjadi faktor pertimbangan oleh konsumen yang melakukan kegiatan pembelian. Penggolongan barang secara tepat dan rapi akan memudahkan konsumen di dalam melakukan pembelian.

2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen dapat dirumuskan sebagai sikap yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa-jasa (Kotler dan Armstrong, 2018). Indikator perilaku pembelian konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Pengenalan Kebutuhan
 Pada tahap ini adalah proses pembelian dimulai, dengan pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu. Dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen, pemasar dapat mengidentifikasi rangsangan yang paling sering membangkitkan minat terhadap suatu jenis produk. Pemasar kemudian dapat mengembangkan strategi pemasaran yang memacu kualitas produk.
- b. Pencarian Informasi
 Seseorang yang tergerak oleh stimulus akan berusaha mencari lebih banyak informasi yang terlibat dalam pencarian akan kebutuhan. Pencarian informasi merupakan aktivitas termotivasi dari pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan dan perolehan informasi dari lingkungan. Sumber informasi konsumen terdiri atas empat kelompok, yaitu:
 1. Sumber pribadi meliputi keluarga, teman, tetangga, kenalan.
 2. Sumber komersial: iklan, tenaga penjual, pedagang perantara, pengemasan.
 3. Sumber umum meliputi media massa, organisasi ranting konsumen.

4. Sumber pengalaman meliputi penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

Jumlah relatif dan pengaruh sumber-sumber informasi ini berbeda-beda tergantung pada jenis produk dan karakteristik pembeli. Secara umum, konsumen mendapatkan sebagian besar informasi tentang suatu produk dari sumber komersial, yaitu sumber yang didominasi pemasar. Namun informasi paling efektif merupakan informasi yang berasal dari sumber pribadi. Tiap informasi menjalankan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Informasi komersial biasanya menjalankan fungsi pemberi informasi dan sumber pribadi menjalankan fungsi legitimasi dan/ atau evaluasi.

c. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif merupakan proses dimana suatu alternatif pilihan disesuaikan dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsep dasar dalam proses evaluasi konsumen terdiri atas empat macam:

1. Konsumen berusaha memenuhi kebutuhan.
2. Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
3. Konsumen memandang setiap produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memuaskan kebutuhan.
4. Konsumen mempunyai sifat yang berbeda-beda dalam memandang atribut-atribut yang dianggap relevan dan penting. Konsumen akan memberikan perhatian besar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan untuk membeli di sini merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi, setelah tahap-tahap di muka dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Konsumen mungkin juga akan membentuk suatu maksud membeli dan cenderung membeli merek yang disukainya.

Namun, ada faktor-faktor lain yang ikut menentukan keputusan pembelian, yaitu sikap orang lain dan faktor-faktor situasional yang tidak terduga. Bila konsumen menentukan keputusan untuk membeli, konsumen akan menjumpai keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kuantitas, waktu pelayanan, dan cara pembayarannya.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga pasca pembelian. Setelah pembelian produk terjadi, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan atau ketidakpuasan pembeli terhadap produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya.

Konsumen yang merasa puas akan memperlihatkan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya. Konsumen yang merasa puas akan cenderung mengatakan sesuatu yang serba baik tentang produk yang bersangkutan kepada orang lain. Apabila konsumen dalam melakukan pembelian tidak merasa puas dengan produk yang telah dibelinya, ada dua kemungkinan yang akan dilakukan oleh konsumen. Pertama, dengan meninggalkan atau konsumen tidak mau melakukan pembelian ulang. Kedua, ia akan mencari informasi tambahan mengenai produk yang telah dibelinya untuk menguatkan pendiriannya mengapa ia memilih produk itu sehingga ketidakpuasan tersebut dapat dikurangi.

2.1.2 Kualitas Produk

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Kualitas sebagai mutu dari atribut atau sifat-sifat sebagaimana dideskripsikan dari dalam produk dan jasa yang bersangkutan. Kualitas biasanya berhubungan dengan manfaat atau kegunaan serta fungsi dari suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2018).

Menurut Sviokla dalam Lupioadi (2018) kualitas produk merupakan penilaian terhadap seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari konsumen/pelanggan. Kualitas produk meliputi kualitas kinerja-tingkat dimana karakteristik produk tersebut beroperasi, kualitas kesesuaian-tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi sasaran yang dijanjikan, daya tahan-ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal/atau berat dan keandalan-ukuran suatu produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu (Wibowo, 2017).

Kualitas merupakan faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud, untuk apa produk itu diproduksi. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan atau fungsinya, termasuk di dalamnya dayatahan, ketergantungan pada produk atau komponen lain, eksklusivitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkus dan sebagainya).

Pendapat lainnya produk yang berkualitas, yang mampu mempunyai nilai yang lebih, sehingga berbeda dari produk persaingan, kualitas produk yang

menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas produk ditentukan oleh daya tahan, fungsinya dan kegunaannya, dengan adanya kualitas produk yang baik dan terpercaya maka konsumen akan selalu mengingat produk tersebut (Purwati, 2019).

John C. Mowen dan Michael Minor dalam (Luthfia, 2017) menjelaskan bahwa kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan/kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya.

2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk

Menurut Sviokla dalam Lupioadi (2018) kualitas memiliki lima indikator pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek berikut:

1. Kinerja, yang dimaksud kinerja disini adalah kinerja utama dari karakteristik pengoperasian.
2. Reliabilitas atau keandalan, yaitu konsistensi kinerja produk. Bebas dari kerusakan atau tidak berfungsi.
3. Daya tahan, yaitu Rentang kehidupan produk/umur pemakaian produk.
4. Keamanan (*safety*), yaitu produk yang tidak aman merupakan produk yang mempunyai kualitas yang kurang/rendah.

2.1.3 Harga

2.1.3.1 Pengertian Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Harga berperan sebagai penentu utama dari pilihan pembeli dan hal itu masih berlaku untuk negara-negara miskin, di antara kelompok- kelompok miskin, dan untuk jenis produk komoditas (Tjiptono, 2019).

Walaupun faktor-faktor *non* harga telah menjadi semakin penting dalam perilaku pembeli dewasa ini, harga masih tetap merupakan salah satu unsur terpenting yang menentukan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan. Konsumen dan agen pembelian memiliki lebih banyak akses informasi harga dan perusahaan pemberi diskon harga. Para konsumen berbelanja secara hati-hati, mendorong pengusaha untuk menurunkan harga mereka.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel yang dapat diubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas (*feature*) produk dan perjanjian distribusi. Secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

Harga salah satu bagian penting yang tidak terpisahkan dari *the marketing mix*. Karena juga tidak dapat dipisahkan dari ketiga komponen *the marketing mix* yang lain yaitu produk, distribusi dan promosi penjualan. Oleh karena itu dalam menyusun strategi harga perusahaan tidak dapat mengabaikan kebijaksanaan pemasaran jangka pendek dan menengah yang telah digariskan maupun strategi produk, distribusi dan promosi penjualan. Strategi harga perlu memperhitungkan persepsi konsumen sasaran kepada siapa strategi itu ditujukan dan perkembangan lingkungan bisnis (Fauji, 2017).

Harga bukan hanya diperuntukkan bagi suatu barang yang diperjualbelikan di toko saja akan tetapi harga sebenarnya juga berlaku untuk produk-produk yang

lain. Secara histories harga itu ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar, sehingga terjadilah kesepakatan harga tertentu.

2.1.3.2 Indikator Harga

Menurut Tjiptono (2019:142), harga dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Variasi harga.
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- d. Daya saing harga.
- e. Kesesuaian harga dengan manfaat.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya penting untuk ditampilkan sebagai referensi dan untuk mengetahui permasalahan yang dikaji oleh peneliti sebelumnya terkait dengan permasalahan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Penelitian oleh Rosita (2017) yang berjudul: Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-Shirt Samesame Clothing). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap kualitas produk, harga dan keputusan pembelian produk Samesame Clothing secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Online Produk T-Shirt Samesame Clothing.

Penelitian oleh Gain (2017) yang berjudul: Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Vodkasoda Shirt dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Vodkasoda Shirt.

Penelitian oleh Daironi (2017) yang berjudul: Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Di Wilayah Gentan Kabupaten Sukoharjo. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh harga, promosi, kualitas produk, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

Penelitian oleh Igir (2018) yang berjudul: Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Gran Max Pick Up pada PT. Astra International Tbk Daihatsu cabang Malalayang.

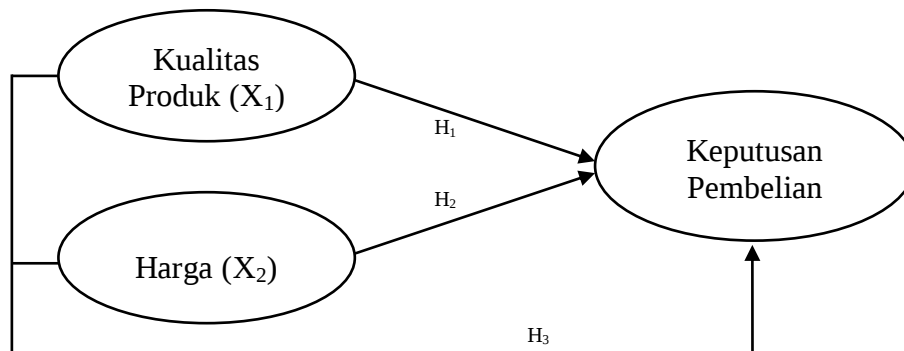
Penelitian oleh Supriyono (2014) yang berjudul: Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City Di Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah. Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Judul Penelitian	Metode	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-Shirt Samesame Clothing) (Rosita, 2017).	Asiatif Kausal	Menggunakan Variabel Harga dan Menggunakan Variabel Kualitas produk.	Metode penelitian yaitu Konsumen Pembelian Online.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Online.
2	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt (Gain, 2017).	Asiatif Kausal	Menggunakan Variabel Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian	Metode penelitian yaitu Konsumen Vodkasoda Shirt	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt.
3	Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Di Gentan Sukoharjo (Daironi, 2017)	Asiatif Kausal	Variabel Produk, Harga dan Keputusan pembelian serta teknik analisis data	Menggunakan Variabel Promosi, Lokasi dan Fasilitas Sampel serta penelitian	Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui Ada pengaruh harga, promosi, kualitas produk, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.
4	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra Daihatsu Cabang Malalayang) (Igir, 2018).	Asiatif Kausal	Variabel Produk, Harga dan Keputusan pembelian serta teknik analisis data	Metode penelitian dan lokasi penelitian	Hasil penelitian bahwa secara parsial dan simultan produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Gran Max Pick Up pada PT. Astra Daihatsu cabang Malalayang.
5	Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City Di Semarang (Supriyono, 2014)	Asiatif Kausal	Variabel Produk, Harga dan Keputusan pembelian serta teknik analisis data.	Menggunakan Variabel Produk dan Promosi	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Produk, Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah Pada Perumahan BSB City Di Semarang.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka konsep pemikiran ini disusun berdasarkan perpaduan antara teori kualitas produk dan harga yang erat kaitannya keputusan pembelian konsumen dengan dan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan sebagai berikut:



Sumber: Dikembangkan penulis berdasarkan penelitian sebelumnya (Igir, 2018).

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan permasalahan yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya (Sugiyono, 2018). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

H₂ : Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

H₃ : Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain asosiatif kausal, yaitu konsep penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel dalam suatu penelitian (Bungin, 2017). Desain penelitian ini meliputi tujuan penelitian, jenis penelitian, horison waktu dan unit analisis.

3.1.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dalam upaya menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel, dalam hal ini adalah menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

3.1.2 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ditetapkan dalam penelitian ini maka jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah asosiatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.1.3 Horizon Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian satu waktu (*one shoot study*) yaitu model penelitian yang mengumpulkan data sekaligus dalam satu periode waktu (Supomo, 2017). Tentang waktu penelitian ini dimulai tanggal 24 Desember 2021 (survei awal) dan direncanakan selesai pada bulan Agustus 2022.

3.1.4 Unit Analisis

Unit analisis merupakan satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian yang berkaitan dengan komponen yang diteliti (Priyatno, 2019). Unit analisis dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahannya (Sarwono, 2018). Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah individu yaitu konsumen pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakter yang sama serta memenuhi populasi yang diselidiki (Arikunto, 2019). Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa mereka yang

kebetulan berada ditempat penelitian saat penelitian sedang berlangsung dengan pertimbangan bahwa populasinya bervariasi, berbeda karakter, bersifat heterogen dan belum diketahui jumlah pastinya.

Menurut Rao Purba dalam Sugiyono (2018) jika ukuran populasinya banyak dan tidak diketahui secara pasti maka besarnya sampel yang digunakan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 + (moe)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

Z = Score dengan derajat keyakinan 95%, maka Z = 1,96.

moe = *Margin of error* tingkat kesalahan maksimum 5%

$$n = \frac{Z^2}{4 + (moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 + (0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96$$

Berdasarkan teori dan perhitungan di atas, sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 96 orang konsumen pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya dengan kriteria yaitu konsumen yang telah membeli produk lebih dari satu kali dan bersedia menjadi responden.

3.3 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian menggunakan

teknik kuisioner. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari buku-buku, jurnal, sumber online, hasil-hasil penelitian sebelumnya, dokumen-dokumen, sumber-sumber lain yang relevan dengan penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang relevan penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian dan instansi yang berkaitan dalam hal ini konsumen dalam rangka mengamati dan memahami bagaimanakah kualitas produk pada unit usaha servis dan harga sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.
2. Kuisioner, yaitu membagikan kuisioner kepada konsumen yang penulis anggap berkompeten dalam memahami masalah yang terkait dengan penelitian ini. Kuisioner yang diajukan kepada responden berupa daftar pertanyaan tertutup menggunakan skala Likert. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social (Umar, 2017). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pengukuran Menggunakan Skala *Likert*

No	Kategori Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Curang Setuju	KS	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Umar, (2017)

3.5 Defenisi dan Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk yang merupakan harapan konsumen terhadap produk yang dipengaruhi oleh sikap konsumen.

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala	Pernyataan
Variabel Dependen					
1	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sikap yang ditunjukkan konsumen dalam merencanakan, membeli/menggunakan barang-barang/jasa-jasa (Kotler dan Armstrong, 2018).	- Pengenalan Kebutuhan - Pencarian Informasi - Evaluasi Alternatif - Keputusan Pembelian - Perilaku Pasca Pembelian	Likert	A1- A5
Variabel Independen					
1	Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk merupakan penilaian terhadap seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari konsumen/pelanggan (Lupioadi, 2018).	- Kinerja - Reliabilitas atau Keandalan - DayaTahan - Keamanan (<i>Safety</i>)	Likert	B1- B4
2	Harga (X ₂)	Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya (Tjiptono, 2019).	- Keterjangkauan harga - Variasi harga - Kesesuaian harga dengan kualitas produk - Daya saing harga - Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert	C1- C5

Sumber: Operasional dibuat oleh peneliti (2021)

3.6 Teknik Analisis Data

Berdasarkan pada tujuan dan hipotesis yang diungkapkan dalam penelitian ini, maka metode analisis data yang dapat diterapkan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan dengan membuat persamaan regresi sederhananya, dan menguji keberartian dan kelinieran regresi.

Melalui analisis ini dapat dilihat pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat yaitu pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dengan analisis regresi linier berganda maka dapat seberapa besar variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (Sarwono, 2018).

Adapun persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Kualitas produk

X₂ = Harga

e = Standard error

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya, maka digunakan Aplikasi *SPSS*.

3.7 Pengujian Data

Pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas yang bertujuan untuk menguji apakah suatu kuesioner yang dirancang layak atau tidak digunakan sebagai instrumen/alat penelitian. Suatu alat ukur dapat dikatakan layak jika diukur terhadap beberapa subjek yang sama dan diperoleh hasil yang konsisten/sama (Jogiyanto, 2017).

Pengujian data atau uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap unit individu yang berada di luar dari sampel penelitian. Perhitungan statistik hasil pengujian validitas dan reliabilitas ini menggunakan bantuan program *Software SPSS*.

3.7.1 Pengujian Validitas

Uji validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur melakukan tugasnya mencapai sasaran. Suatu alat pengukuran dapat dikatakan valid jika hasil pengukurannya tepat, nyata/benar (Priyatno, 2019). Uji validitas akan dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antar subjek pada item pertanyaan dengan skor yang diperoleh dari hasil kuesioner, yaitu dengan mencari nilai koefisien korelasi (r) dari masing-masing pertanyaan dan dibandingkan nilai kritik tabel korelasi r dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

1. Jika r hitung $> r$ tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $< r$ tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Jika telah memenuhi syarat, maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut telah memiliki validitas konstruk yang baik. Sementara butir-butir pertanyaan yang tidak valid akan gugur dan dikeluarkan. Setelah semua butir pernyataan dinyatakan valid maka instrumen tersebut layak sebagai kuesioner penelitian.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur keakurasian dan konsistensi instrumen/alat penelitian dengan menguji keandalan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner (Ghozali, 2016). Butir soal yang sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r alpha positif atau $> r$ tabel maka pernyataan *reliabel*.
2. Jika r alpha negatif atau $< r$ tabel maka pernyataan tidak *reliabel*.

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3.8 Pengujian Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut: Nilai Probabilitas > 0.05 , maka artinya menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Nilai Probabilitas < 0.05 , maka artinya menunjukkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

3.8.2 Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas jika variabel bebas berkorelasi maka variable-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas $= 0$. Multikolineritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan VIF. Menurut Imam Ghozali (2016), cara mendeteksi terhadap adanya multikolineritas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Besarnya *Variabel Inflation Factor* (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolineritas yaitu nilai $VIF \leq 10$.
2. Besarnya *Tolerance* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolineritas yaitu nilai $Tolerance \geq 0,1$.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk melihat model regresi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual pengamatan yang lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas dan model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Cara untuk mendeteksi dengan cara melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residual (*SRESID*), dengan dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur baik bentuk bergelombang, melebar maupun menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah adalah angka nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

3.9 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh variable-variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dan uji parsial sebagai berikut:

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen (Santoso, 2018).

Kriteria pengujiannya adalah:

H_{01} : Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

H_{a1} : Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

H_{02} : Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

H_{a2} : Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{table}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{table}$ pada $\alpha = 5\%$

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Sarwono, 2018).

Kriteria pengujiannya adalah:

H_0 : Kualitas produk dan harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

H_a : Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha servis dan sparepart mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{table}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{table}$ pada $\alpha = 5\%$

3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016). Jika Koefisien Determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y, dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka akan dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

Pada penelitian ini *R Square* yang digunakan adalah *R Square* yang sudah disesuaikan atau *Adjusted R Square* (*Adjusted R²*) dengan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Unit Usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan jasa servis, *sparepart* dan mesin potong padi yang beralamat di Jalan Banda Aceh-Medan, No. 7, Trieng Gadeng Kabupaten Pidie Jaya. Perusahaan penyedia produk dan jasa servis Alsintan yang didirikan oleh Bapak Firdaus pada tahun 1998 ini memiliki keunggulan yaitu menjual produk kualitas baik mesin maupun *sparepart* dengan harga yang terjangkau dan bervariasi, pelayanan servis yang tergolong lengkap dan memadai wilayah di Kabupaten Pidie Jaya dan sekitarnya.

Seiring dengan perkembangan bisnis alat-alat pertanian yang semakin pesat, pihak manajemen memutuskan untuk memperluas pangsa pasar hingga wilayah pantai utara dan timur Aceh dengan membuka cabang baru di Tanjung Minjei Kecamatan Madat Kabupaten Aceh Timur. Lokasi cabang baru Modal Jujur ini sangat strategis berada di Jalan Banda Aceh-Medan yang merupakan jalan utama yang penghubung antar kabupaten/kota di Provinsi Aceh.

Adapun jenis-jenis jasa servis, *sparepart* dan mesin potong padi yang dipasarkan oleh unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu *reaper*, *binder* dan *combine harvester* dengan berbagai merek seperti Kubota dan Yanmar. Mesin potong padi jenis *reaper* merupakan mesin pertanian modern yang difungsikan untuk memanen atau memotong padi secara mekanis. Prinsip kerjanya adalah penerapan seperti sabit

yang digunakan untuk memanen padi. *Binder* adalah mesin yang berfungsi memotong sekaligus mengikat hasil potongan dan *combine harvester* (pemanen kombinasi), merupakan mesin yang memiliki tiga fungsi yaitu menuai, merontokkan dan menampi.

4.2 Hasil Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di unit usaha servis dan *sparepart* mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 96 orang konsumen. Hasil penelitian ini meliputi karakteristik responden, pengujian data, distribusi jawaban responden dan pengujian hipotesis.

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan data mengenai identitas pribadi responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Penyajian data karakteristik responden ini berguna untuk memberikan keterangan mengenai identitas pribadi responden yang terdiri dari jenis kelamin responden, usia, pendidikan penghasilan per bulan dan pekerjaan responden, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pria	87	90,6
2	Wanita	9	9,4
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer (2022).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki jenis kelamin pria sebanyak 87 orang responden (90,6%) dan wanita sebanyak 9 orang responden (9,4%).

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Menurut Usia

No	Usia Responden	Frekuensi	Presentase (%)
1	26-35 Tahun	49	51,0
2	36-45 Tahun	28	29,2
3	≥ 55 Tahun	19	19,8
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer (2022)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang berusia $\leq 26-35$ tahun sebanyak 49 orang (51,0%), 36-45 tahun sebanyak 28 orang (29,2%) dan responden yang berusia ≥ 55 tahun sebanyak 19 orang (19,8%).

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Menurut Pendidikan

No	Penghasilan/Bulan	Frekuensi	Presentase (%)
1	SMA	13	13,5
2	Diploma	6	6,3
3	Sarjana	45	46,9
4	Pasca Sarjana	32	33,3
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer (2022)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang berpendidikan SMA sebanyak 13 orang (13,5%), yang berpendidikan Diploma sebanyak 6 orang (6,3%), yang berpendidikan Sarjana sebanyak 45 orang (46,9%) dan yang berpendidikan Pasca Sarjana sebanyak 32 orang (33,3%).

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Menurut Penghasilan

No	Penghasilan	Frekuensi	Presentase (%)
1	2-3 Juta	20	20,8
2	4-5 Juta	68	70,8
3	≥ 6 Juta	8	8,3
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer (2022)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang berpenghasilan 2-3 Juta sebanyak 20 orang (20,8%), yang berpenghasilan perbulan 4-5 Juta sebanyak 68 orang (70,8%) dan yang berpenghasilan ≥ 6 Juta sebanyak 8 orang (8,3%).

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

No	Penghasilan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Petani/Buruh	28	29,2
2	Pegawai Negeri	12	12,5
3	Pegawai Swasta	19	19,8
4	Wiraswasta/Bisnis	37	38,5
Jumlah		96	100

Sumber: Data primer (2022)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang berprofesi sebagai petani/buruh sebanyak 28 orang (29,2%), yang berprofesi sebagai pegawai negeri sebanyak 12 orang (12,5%), yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 19 orang (19,8%) dan yang berprofesi sebagai wiraswasta/bisnis sebanyak 37 orang (38,5%).

4.2.2 Pengujian Data

Pengujian data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis pengujian yaitu uji uji validitas dan uji reliabilitas dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji instrumen penelitian (kuesioner) yang telah dirancang layak atau tidak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Data dikatakan valid apabila hasil uji $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.6
Uji Validitas Instrumen Penelitian

Pernyataan	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Hasil Uji
X1.1	Kualitas Produk (X ₁)	0,782	0,198	Valid
X1.2		0,773	0,198	Valid
X1.3		0,721	0,198	Valid
X1.4		0,682	0,198	Valid
X2.1	Harga (X ₂)	0,589	0,198	Valid
X2.2		0,883	0,198	Valid
X2.3		0,896	0,198	Valid
X2.4		0,732	0,198	Valid
X2.5		0,891	0,198	Valid
Y1	Keputusan Pembelian (Y)	0,638	0,198	Valid
Y2		0,972	0,198	Valid
Y3		0,892	0,198	Valid
Y4		0,882	0,198	Valid
Y5		0,955	0,198	Valid

Sumber: Data primer (2022)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0,198) sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas untuk semua variabel dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan adalah teknik analisis *cronbach's alpha*. Instrumen penelitian (kuesioner) dapat dikatakan reliabel apabila mempunyai $\alpha \geq 0,60$. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Nilai Uji Reabilitas	<i>Cronb.Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,879	0.60	Reliabel
Harga (X ₂)	0,918	0.60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,952	0.60	Reliabel

Sumber: Data primer (2022)

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan nilai *reliabilitas tes* untuk variabel Kualitas Produk (X_1) dengan nilai 0,879 dan Harga (X_2) dengan nilai 0,918, Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai 0,952. Seluruh variabel dalam instrumen penelitian ini memiliki nilai nilai reliabilitas tes lebih besar dari nilai *cronbach's alpha* yaitu 0,60. Hal ini berarti bahwa bahwa kuesioner penelitian yang digunakan memenuhi syarat/reliabel.

4.2.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Distribusi frekuensi jawaban responden melalui kuesioner yang diajukan kepada responden yang merupakan penjelasan hasil penelitian terhadap item-item pertanyaan variabel Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.

1. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk

Deskripsi mengenai distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel Kualitas Produk adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk

No	Kualitas Produk (X_2)	STS		TS		KS				SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Kinerja	0	0	0	0	17	17.7	28	29.2	51	53.1	4,35
2	Reliabilitas/Keandalan	0	0	0	0	21	21.9	30	31.3	45	46.9	4,25
3	DayaTahan	0	0	0	0	20	20.8	27	28.1	48	50.0	4,27
4	Keamanan (<i>Safety</i>)	0	0	1	1.0	17	17.7	30	31.3	48	50.0	4,30
	Nilai Rerata											4.29

Sumber: Data primer (2022)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas diketahui bahwa indikator pertama dari Kualitas Produk diperoleh jawaban rata-rata 4,35 (4), indikator pertanyaan kedua diperoleh jawaban rata-rata 4,25 (4), indikator pertanyaan ketiga diperoleh jawaban rata-rata

4,27 (4), indikator pertanyaan keempat diperoleh jawaban rata-rata 4,30 (4). Sedangkan nilai rerata variabel Kualitas Produk sebesar 4,29 (4), berarti bahwa rata-rata responden menyatakan setuju untuk semua pernyataan pada variabel Kualitas Produk.

2. Distribusi Frekuensi Variabel Harga

Deskripsi mengenai distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel Harga adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Variabel Harga

No	Harga (X ₂)	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Keterjangkauan harga	0	0	0	0	1	1,0	33	34,4	62	64,6	4,63
2	Variasi harga	0	0	0	0	17	17,7	27	28,1	52	54,2	4,36
3	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	0	0	0	0	11	11,5	31	32,3	54	56,3	4,44
4	Daya saing harga	0	0	0	0	24	25,0	27	28,1	45	46,9	4,21
5	Kesesuaian harga dengan manfaat	0	0	0	0	17	17,7	29	30,2	50	52,1	4,34
	Nilai Rerata											4,39

Sumber: Data primer (2022).

Berdasarkan tabel 4.7 di atas diketahui bahwa indikator pertama dari variabel harga diperoleh jawaban rata-rata 4,63 (5), indikator pertanyaan kedua diperoleh jawaban rata-rata 4,36 (4), indikator pertanyaan ketiga diperoleh jawaban rata-rata 4,44 (4), indikator pertanyaan keempat diperoleh jawaban rata-rata 4,21 (4). indikator pertanyaan kelima diperoleh jawaban rata-rata 4,34 (4). Sedangkan nilai rerata variabel Harga sebesar 4,39 (4), berarti bahwa rata-rata responden menyatakan setuju untuk semua pernyataan pada variabel Harga.

3. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian

Deskripsi mengenai distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian

No	Keputusan Pembelian (Y)	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Pengenalan Kebutuhan	0	0	0	0	7	7.3	46	47.9	43	44.8	4,37
2	Pencarian Informasi	0	0	0	0	17	17.7	29	30.2	50	52.1	4,34
3	Evaluasi Alternatif	0	0	0	0	19	19.8	28	29.2	49	51.0	4,31
4	Keputusan Pembelian	0	0	0	0	18	18.8	34	35.4	44	45.8	4,27
5	Perilaku Pasca Pembelian	0	0	0	0	17	17.7	27	28.1	52	54.2	4,36
	Nilai Rerata											4,33

Sumber: Data primer (2022)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas diketahui bahwa indikator pertama dari variabel Keputusan Pembelian diperoleh jawaban rata-rata 4,37 (4), indikator pertanyaan kedua diperoleh jawaban rata-rata 4,34 (4), indikator pertanyaan ketiga diperoleh jawaban rata-rata 4,31 (4), indikator pertanyaan keempat diperoleh jawaban rata-rata 4,36 (4), indikator pertanyaan kelima diperoleh jawaban rata-rata 4,27 (4). Sedangkan nilai rerata variabel Keputusan Pembelian sebesar 4,33 (4), berarti bahwa rata-rata responden menyatakan setuju untuk semua pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian.

4.2.4 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil analisis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-0,606	0,839		-0,722	0,472
Kualitas_Produk_X1	0,278	0,124	0,224	2.238	0,028
Harga_X2	0,794	0,109	0,730	7.294	0,000

a. Dependent Variable: Variabel_Y_Keputusan_Pembelian

Berdasarkan tabel 4.10 di atas terlihat bahwa data output dari analisis regresi linier berganda yang dianalisis menggunakan SPSS maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,606 + 0,278 X_1 + 0,794 X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas memiliki makna sebagai berikut:

a. Nilai Konstanta $b_0 = -0,606$

Berarti apabila variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) tidak berubah atau dianggap konstan (bernilai 0), maka rata-rata Keputusan Pembelian (Y) akan bernilai -0,606.

b. Koefisien regresi $b_1 = 0,278$

Kualitas Produk (X_1) mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,278. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada variabel Kualitas Produk (X_1) akan menyebabkan variabel Keputusan Pembelian (Y) naik sebesar 0,278 satuan.

c. Koefisien regresi $b_2 = 0,794$

Harga (X_2) mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,794. Jika diasumsikan variabel independen lain konstan, hal ini berarti setiap

kenaikan Harga sebesar 1 satuan maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,794 satuan.

1. Uji t (Parsial)

Berdasarkan perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS yang tertera pada tabel diatas, diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Kualitas Produk (X_1)

Pada variabel Kualitas Produk (X_1) diperoleh $t_{hitung} (2,238) > t_{tabel} (1,986)$, maka H_0 ditolak (H_a diterima), artinya Kualitas Produk (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Dengan demikian diketahui bahwa konsumen memperhatikan kualitas produk saat melakukan pembelian pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Alasan konsumen memperhatikan kualitas produk karena produk yang berkualitas lebih memuaskan dan tahan lama meskipun dengan harga yang relatif lebih mahal, sehingga konsumen harus menyediakan biaya lebih untuk menjangkau produk yang berkualitas standar atau di atas bawah standar.

b. Harga (X_2)

Harga (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} (7.294) > t_{tabel} (1,986)$, maka H_0 ditolak (H_a diterima); Harga (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada unit usaha Modal Jujur dengan tingkat signifikansi 0,000. Artinya semakin baik Harga (X_2), semakin tinggi Keputusan Pembelian (Y) dan sebaliknya.

2. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji secara simultan dilakukan untuk mengetahui signifikansi koefisien regresi seluruh prediktor (variabel independen) didalam model secara

serentak (simultan). Jadi dalam hal ini menguji signifikansi pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Hipotesis (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	976,666	2	488,333	376,366	0,000 ^b
	Residual	120,667	93	1,297		
	Total	1097,333	95			

a. Dependent Variable: Variabel_Y_Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Variabel_X2_Harga, Variabel_X1_Kualitas_Produk

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang menggunakan SPSS yang tertera pada tabel 4.11 di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $376,366 \geq F_{tabel}$ sebesar 3,094 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat dijelaskan secara signifikansi oleh Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) secara serentak (bersama-sama) atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

3. Analisis Korelasi (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih yaitu antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara serentak yang menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel X secara serentak dengan variabel Y. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Tabel 4.13
Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,943 ^a	0,890	0,888	1,13908

a. Predictors: (Constant), Variabel_X2_Harga, Variabel_X1_Kualitas_Produk

a. Analisis Korelasi (R)

Menurut Sugiyono (2015), pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,90 – 1,000 = sangat kuat

Adapun hasil pengujian korelasi ganda (R), diperoleh angka R sebesar 0,943 atau 94,3%. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) dengan keputusan pembelian (Y) pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, maka diperoleh koefisien determinasi yaitu sebesar 0,888 atau 88,8%. Koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 88,8%, sedangkan 11,2% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Misalnya lokasi, keunikan produk, budaya, gaya hidup.

4.3 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di unit usaha penjualan jasa servis, *sparepart* dan mesin potong padi Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Penelitian ini mengambil fokus penelitian mengenai pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk dan Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan demikian bahwa kualitas produk dan harga jual produk dan jasa yang ditentukan pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sehingga semakin berkualitas dan bervariasi harga jual produk dan jasa yang ditetapkan oleh perusahaan maka akan membuka peluang besar bagi perusahaan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen. Sehingga pernyataan hipotesis dalam penelitian ini bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dapat diterima. Pernyataan hipotesis bahwa kualitas produk dan harga baik secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen juga dapat diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maghfirah (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk jasa perhotelan oleh Pengunjung Hotel Oasis Banda Aceh. Penelitian ini didukung dengan penelitian

yang dilakukan oleh Sari (2018) yang menjelaskan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Bale Noodle And Steak Di Simpang Lima Gumul Kabupaten Kediri.

Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatah (2012) yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan dan secara parsial pada UKM Batik Deden Tasikmalaya. Selanjutnya Kurniasari (2019) dalam penelitian pada produk kerajinan enceng gondok akar juga menunjukkan hasil bahwa kualitas produk, kreativitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan variasi harga terhadap keputusan pembelian pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya, sehingga kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat ditentukan oleh kualitas produk. Hal ini karena konsumen yang diteliti mengutamakan kualitas produk saat melakukan pembelian produk/jasa servis, sparepart dan mesin potong padi fashion pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.
2. Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Hal ini berarti bahwa kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya ditentukan oleh variabel harga. Semakin bervariasi harga maka semakin besar peluang dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.
3. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ditentukan oleh kualitas produk dan harga. Semakin baik kualitas produk dan semakin

bervariasinya harga maka semakin besar peluang dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka dapat diusulkan beberapa saran antara lain:

1. Kepada unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya disarankan mempertahankan kualitas produk dan keberagaman kualitas produk yang dipasarkan sehingga memunculkan banyak pilihan bagi konsumen. Langkah-langkah ini diharapkan dapat mempertahankan konsumen lama dan menambah konsumen baru.
2. Kepada pihak perusahaan disarankan agar menambah variasi harga dengan selalu *update* informasi mengenai kondisi harga jual yang ditawarkan dan memantau perkembangan harga yang diterapkan perusahaan pesaing sehingga persaingan pasar dan perluasan pangsa pasar dapat berjalan dengan baik.
3. Kualitas produk dan harga merupakan dua aspek yang harus diperhatikan, karena satu sama lain mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di unit usaha Modal Jujur Trienggadeng Pidie Jaya. Perusahaan disarankan agar mempertahankan kualitas produk serta menyesuaikan harga dengan spesifikasi produk, karena konsumen sebagian besar berprofesi wiraswasta atau pebisnis yang umumnya lebih fokus pada kualitas produk dan harga jual produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo, (2015), *Analisa Kebutuhan Transportasi*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi, (2020), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daironi, Imam, (2017), Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Di Wilayah Gentan Kabupaten Sukoharjo, *Jurnal*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unmuha Surakarta, Vol. 4, No. 3.
- Gain, Robert, (2017), Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodka Soda Shirt, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis (Performa)*, Vol. 2, No. 2.
- Ghozali, Imam, (2016), *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Nembah Hartimbul, (2018), *Manajemen Pemasaran, Cetakan II*, Bandung: Yrama Widya.
- Igir, Friani Gloria, (2018), Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 2.
- Jogiyanto, Hartono, (2017), *Metode Penelitian Bisnis. Edisi Ke-5*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Keputusan Menteri Permukiman dan Prasarana Wilayah No. 403/KPTS/M/2002 tentang Pedoman Teknis Pembangunan Rumah Sehat
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2018), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kamaludin, Rustian, (2013), *Ekonomi Transportasi Karakteristik, Teori dan Kebijakan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Lupiyoadi, Rambat (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama. Cet Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M. Nur, (2012), *Manajemen Transportasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Priyatno, (2019), *Pengantar Statistik*, Yogyakarta: Andi.

- Purwati, dkk, (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti), *Jurnal JENIUS Politeknik Negeri Sriwijaya*, Vol. 2, No. 3.
- Rosita, (2017), Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-Shirt Samesame Clothing), *Jurnal Almanas*, Vol. 1 No. 3.
- Salim, Abbas, (2017), *Manajemen Transportasi*, Edisi Ketiga Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Gempur, (2018), *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Sarwono, Jonathan, (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Yogyakarta; Graha Ilmu.
- Supriyono, Kuart, (2014), Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City Di Semarang, *Jurnal Manajemen Universitas Pandanaran*, Vol. 1, No. 2.
- Sugiyono, (2018), *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Supomo dan Nur Indriantoro, (2017), *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*, Yogyakarta: BPFE.
- Swasta, Basu dan Hani Handoko, (2019), *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tamin, Ofyar Z. (2018). *Perencanaan dan Permodelan Transportasi*, Edisi Kedua. Bandung: Penerbit Bandung.
- Tjiptono, Fandy, (2019), *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat, Yogyakarta: Bayu Medi Publishing.
- Umar, Husein, (2017), *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

KUESIONER PENELITIAN
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UNIT USAHA SERVIS DAN
 SPAREPART MESIN POTONG PADI MODAL JUJUR
 TRIENGGADENG PIDIE JAYA**

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐ Wanita
2. Usia : ☐ ≤ 25 Tahun ☐ 36-45 Tahun
☐ 26-35 Tahun ☐ ≥ 55 Tahun
3. Pendidikan : ☐ SMA ☐ Sarjana
☐ Diploma ☐ Pasca Sarjana
4. Penghasilan : ☐ ≤ 1 Juta ☐ 4-6 Juta
☐ 1-3 Juta ☐ ≥ 6 Juta
5. Pekerjaan : ☐ Petani/Buruh ☐ Pegawai Swasta
☐ Pegawai Negeri ☐ Wiraswasta/Bisnis

Petunjuk Pengisian

Pernyataan berikut ini digunakan untuk menggambarkan pendapat anda terhadap pernyataan konsumen terhadap butir-butir soal yang diajukan oleh peneliti dalam kuesioner ini. Isilah kolom yang tersedia dengan memberi tanda centang (✓) untuk masing-masing pernyataan. Tiap pernyataan akan diberi skor sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Tidak Setuju (TS)
- c. Kurang Setuju (S)
- d. Setuju (S)
- e. Sangat Setuju (SS)

A. Keputusan Pembelian (Y)

No	Penyataan Konsumen	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memutuskan membeli barang atau jasa pada unit usaha Modal Jujur karena rumah yang dijual sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.					
2	Saya mendapat informasi mengenai barang/jasa yang dijual Modal Jujur dari orang lain.					
3	Saya melakukan penilaian terhadap beberapa alternatif dengan penjual sejenis sebelum membeli barang/jasa Modal Jujur.					
4	Saya memutuskan membeli barang atau jasa yang dijual pada unit usaha Modal Jujur					

	dibandingkan penjual lain yang ada di wilayah Pidie Jaya.					
5	Saya akan mengajak kerabat dan kenalan untuk membeli barang atau jasa yang dijual pada unit usaha Modal Jujur.					

B. Kualitas Produk (X₁)

No	Penyataan Konsumen	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memilih untuk membeli barang atau jasa yang dijual pada unit usaha Modal Jujur karena produknya berkualitas tinggi					
2	Saya memilih untuk membeli barang atau jasa yang dijual pada unit usaha Modal Jujur karena fungsi atau keandalannya sesuai harapan saya					
3	Saya memilih untuk membeli barang atau jasa yang dijual pada unit usaha Modal Jujur karena memiliki daya tahan yang baik.					
4	Saya memilih untuk membeli barang atau jasa yang dijual pada unit usaha Modal Jujur karena merasa aman dan nyaman saat digunakan sebagai alat peranian.					

C. Harga (X₂)

No	Penyataan Konsumen Terhadap Harga	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga barang/jasa pada unit usaha Modal Jujur relatif terjangkau dibandingkan dengan penjual lain yang ada di wilayah Pidie Jaya.					
2	Harga barang atau jasa yang dijual pada unit usaha Modal Jujur lebih bervariasi sesuai dengan ukuran dan desainnya bila dibandingkan dengan penjual lain di wilayah Pidie Jaya.					
3	Harga barang atau jasa yang dijual Modal Jujur sesuai dengan kualitas sehingga konsumen merasa lebih tenang dan nyaman karena kualitas produknya digaransikan oleh perusahaan.					
4	Harga barang atau jasa yang dijual pada unit usaha Modal Jujur relatif lebih bersaing dan sesuai dengan daya beli konsumen.					
5	Harga barang atau jasa yang dijual pada unit usaha Modal Jujur sesuai dengan manfaat yang didapatkan sehingga konsumen merasa puas.					

TABULASI DATA PENELITIAN

No	Karakteristik Responden					Kualitas Produk (X ₁)				Σ	Harga (X ₂)					Σ	Keputusan Pembelian (Y)					Σ
	JK	US	PN	PH	PK	P1	P2	P3	P4		P1	P2	P3	P 4	P5		P1	P2	P3	P4	P5	
1	1	2	3	3	2	5	4	4	4	17	4	5	4	4	4	21	3	4	4	4	5	20
2	1	4	4	3	1	3	3	3	3	12	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15
3	1	2	2	2	1	5	4	5	3	17	5	4	5	3	5	22	5	5	5	5	5	25
4	1	3	4	2	3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	1	4	3	2	4	3	4	3	4	14	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
6	1	2	4	3	3	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
7	1	2	3	3	4	3	5	3	5	16	5	3	5	5	3	21	5	3	3	3	3	17
8	1	2	4	3	2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
9	1	3	3	3	4	5	3	4	5	17	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	5	22
10	1	2	4	3	3	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
11	1	2	3	4	3	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21
12	1	3	3	3	3	3	3	3	4	13	5	3	3	3	3	17	4	3	3	3	3	16
13	1	3	1	4	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
14	2	4	4	4	1	4	4	4	3	15	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
15	1	2	3	3	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	5	23
16	1	2	3	3	4	3	5	3	5	16	5	3	5	5	3	21	5	3	3	3	3	17
17	1	3	3	2	4	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
18	1	2	1	4	4	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
19	1	3	4	3	3	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
20	1	2	3	3	4	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
21	2	3	4	3	1	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
22	1	2	3	3	2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
23	1	4	4	3	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	5	23
24	1	4	4	3	1	5	3	5	4	17	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	5	25
25	1	2	3	3	4	3	4	3	4	14	4	3	4	4	3	18	4	3	3	3	3	16
26	2	4	3	2	3	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	24
27	1	2	4	3	1	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
28	1	3	3	3	4	4	3	4	3	14	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	4	19
29	1	2	4	3	3	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
30	1	2	1	2	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
31	1	2	3	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
32	1	2	4	3	1	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
33	1	3	4	2	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
34	2	4	3	3	3	3	3	3	3	12	5	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	15
35	1	2	4	2	3	4	3	4	3	14	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
36	1	4	4	2	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
37	1	3	3	3	3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
38	1	2	4	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
39	1	2	3	3	1	3	3	3	3	12	5	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	15
40	1	2	4	3	2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
41	1	2	3	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

42	1	3	1	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
43	2	2	3	3	3	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
44	1	3	1	2	4	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
45	1	2	3	3	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
46	1	3	4	3	4	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
47	1	4	3	2	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
48	1	2	3	4	4	4	3	4	3	14	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
49	1	2	4	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
50	2	2	4	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
51	1	4	4	3	3	3	4	3	4	14	4	3	4	4	3	18	4	3	3	3	3	16
52	1	2	3	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
53	1	2	3	2	4	3	3	3	4	13	5	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	15
54	1	4	4	3	1	4	3	4	3	14	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
55	1	4	3	2	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
56	1	3	3	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
57	1	2	2	3	1	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
58	2	2	1	3	4	5	3	5	3	16	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	5	25
59	1	3	3	3	1	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
60	1	3	4	3	3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
61	1	4	3	3	1	5	3	5	4	17	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	5	25
62	1	3	1	3	2	3	3	3	3	12	5	3	3	3	3	17	4	3	3	3	3	16
63	1	2	3	4	1	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
64	1	2	3	4	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
65	1	4	1	2	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
66	1	2	3	3	2	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
67	1	2	4	2	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
68	1	3	4	4	1	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
69	1	2	3	3	3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
70	1	4	4	3	3	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
71	1	2	4	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
72	1	3	1	3	4	3	4	3	4	14	4	3	4	4	3	18	4	3	3	3	3	16
73	1	2	1	3	1	3	3	3	3	12	5	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	15
74	1	2	3	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
75	1	3	3	3	4	3	3	3	3	12	4	3	3	3	3	16	4	3	3	3	3	16
76	1	3	4	2	3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
77	1	2	3	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
78	1	4	4	3	1	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
79	1	2	3	3	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
80	1	3	2	2	4	3	3	3	3	12	5	3	5	3	3	19	5	3	3	3	3	17
81	1	2	1	3	1	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
82	2	4	3	3	4	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	5	23
83	2	3	3	3	1	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	5	23
84	1	2	2	3	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
85	1	4	3	2	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
86	1	3	4	2	1	5	3	5	3	16	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	5	25

87	1	2	2	3	1	3	3	3	3	12	4	3	3	3	3	16	4	3	3	3	3	16
88	1	3	3	3	3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
89	1	3	3	3	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
90	1	3	1	3	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
91	1	4	3	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
92	1	2	1	3	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
93	1	2	3	3	1	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
94	1	2	3	2	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
95	1	3	4	3	2	3	3	3	3	12	5	3	3	3	3	17	4	3	3	3	3	16
96	1	2	2	3	3	4	3	4	3	14	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
Nilai Rerata						4,35	4,25	4,31	4,30	-	4,63	4,36	4,44	4,21	4,34	-	4,37	4,34	4,31	4,27	4,36	-

FREQUENCIES VARIABLES=JK US PN PH PK

/NTILES=4

/NTILES=10

/PERCENTILES=10.0

/STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

[DataSet1] E:\01_SKRIPSI_START\EKO_FAUZAN

PIJAY\PROP_EKO_FAUZANPIJAY3\MASTER FAUZAN PIJAY.sav

Statistics

		JK	US	PN	PH	PK
N	Valid	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		1.0938	2.6875	3.0000	2.8750	2.6771
Median		1.0000	2.0000	3.0000	3.0000	3.0000
Mode		1.00	2.00	3.00	3.00	4.00
Sum		105.00	258.00	288.00	276.00	257.00
Percentiles	10	1.0000	2.0000	1.0000	2.0000	1.0000
	20	1.0000	2.0000	2.4000	2.0000	1.0000
	25	1.0000	2.0000	3.0000	3.0000	1.0000
	30	1.0000	2.0000	3.0000	3.0000	2.0000
	40	1.0000	2.0000	3.0000	3.0000	2.0000
	50	1.0000	2.0000	3.0000	3.0000	3.0000
	60	1.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000
	70	1.0000	3.0000	4.0000	3.0000	4.0000
	75	1.0000	3.0000	4.0000	3.0000	4.0000
	80	1.0000	3.6000	4.0000	3.0000	4.0000
	90	1.3000	4.0000	4.0000	3.0000	4.0000

Frequency Table

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	87	90.6	90.6	90.6
	2.00	9	9.4	9.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

US

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	49	51.0	51.0	51.0
3.00	28	29.2	29.2	80.2
4.00	19	19.8	19.8	100.0
Total	96	100.0	100.0	

PN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	13	13.5	13.5	13.5
2.00	6	6.3	6.3	19.8
3.00	45	46.9	46.9	66.7
4.00	32	33.3	33.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

PH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	20	20.8	20.8	20.8
3.00	68	70.8	70.8	91.7
4.00	8	8.3	8.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

PK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	28	29.2	29.2	29.2
2.00	12	12.5	12.5	41.7
3.00	19	19.8	19.8	61.5
4.00	37	38.5	38.5	100.0
Total	96	100.0	100.0	

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Var_X1_Kualitas_Produk_P1 Var_X1_Kualitas_Produk_P2
Var_X1_Kualitas_Produk_P3 Var_X1_Kualitas_Produk_P4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes	
Output Created	14-JUL-2022 18:12:19
Comments	
Data	E:\01_SKRIPSI_START\EKO_FAUZA N
Input	PIJAY\PROP_EKO_FAUZANPIJAY3\ MASTER FAUZAN PIJAY.sav
Active Dataset	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	96
Matrix Input	
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Cases Used	RELIABILITY
Syntax	/VARIABLES=Var_X1_Kualitas_Produ k_P1 Var_X1_Kualitas_Produk_P2 Var_X1_Kualitas_Produk_P3 Var_X1_Kualitas_Produk_P4 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	
Processor Time	00:00:00,05
Elapsed Time	00:00:00,06

[DataSet1] E:\01_SKRIPSI_START\EKO_FAUZAN
PIJAY\PROP_EKO_FAUZANPIJAY3\MASTER FAUZAN PIJAY.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Var_X1_Kualitas_Produk_P1	4.3542	.76749	96
Var_X1_Kualitas_Produk_P2	4.2500	.79472	96
Var_X1_Kualitas_Produk_P3	4.2708	.82691	96
Var_X1_Kualitas_Produk_P4	4.3021	.79630	96

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Var_X1_Kualitas_Produk_P1	12.8229	4.358	.782	.829
Var_X1_Kualitas_Produk_P2	12.9271	4.279	.773	.832
Var_X1_Kualitas_Produk_P3	12.9063	4.296	.721	.852
Var_X1_Kualitas_Produk_P4	12.8750	4.511	.682	.867

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.1771	7.453	2.72993	4

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Var_X2_Harga_P1 Var_X2_Harga_P2 Var_X2_Harga_P3
Var_X2_Harga_P4 Var_X2_Harga_P5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes	
Output Created	14-JUL-2022 18:12:59
Comments	
	E:\01_SKRIPSI_START\EKO_FAUZA
	N
	PIJAY\PROP_EKO_FAUZANPIJAY3\
	MASTER FAUZAN PIJAY.sav
Input	DataSet1
	Filter
	<none>
	Weight
	<none>
	Split File
	<none>
	N of Rows in Working Data File
	96
	Matrix Input
	Definition of Missing
Missing Value Handling	User-defined missing values are treated as missing.
	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Cases Used
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=Var_X2_Harga_P1 Var_X2_Harga_P2 Var_X2_Harga_P3 Var_X2_Harga_P4 Var_X2_Harga_P5 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time
	00:00:00,03
	Elapsed Time
	00:00:00,03

[DataSet1] E:\01_SKRIPSI_START\EKO_FAUZAN
PIJAY\PROP_EKO_FAUZANPIJAY3\MASTER FAUZAN PIJAY.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	96	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Var_X2_Harga_P1	4.6354	.50513	96
Var_X2_Harga_P2	4.3646	.76941	96
Var_X2_Harga_P3	4.4479	.69388	96
Var_X2_Harga_P4	4.2188	.82338	96
Var_X2_Harga_P5	4.3438	.76541	96

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Var_X2_Harga_P1	17.3750	7.837	.589	.936
Var_X2_Harga_P2	17.6458	5.873	.883	.879
Var_X2_Harga_P3	17.5625	6.186	.896	.878
Var_X2_Harga_P4	17.7917	6.104	.732	.915
Var_X2_Harga_P5	17.6667	5.867	.891	.877

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
22.0104	9.758	3.12375	5

RELIABILITY

/VARIABLES=Var_Y_Keputusan_Pembelian_P1 Var_Y_Keputusan_Pembelian_P2

Notes

Output Created	14-JUL-2022 18:13:29
Comments	
	E:\01_SKRIPSI_START\EKO_FAUZA
	N
	PIJAY\PROP_EKO_FAUZANPIJAY3\
	MASTER FAUZAN PIJAY.sav
Input	DataSet1
	<none>
	<none>
	<none>
	N of Rows in Working Data File 96
	Matrix Input
	Definition of Missing
Missing Value Handling	User-defined missing values are treated as missing.
	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	RELIABILITY
	/VARIABLES=Var_Y_Keputusan_Pembelian_P1
	Var_Y_Keputusan_Pembelian_P2
	Var_Y_Keputusan_Pembelian_P3
	Var_Y_Keputusan_Pembelian_P4
	Var_Y_Keputusan_Pembelian_P5
Syntax	/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
	/MODEL=ALPHA
	/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
	/SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time 00:00:00,02
	Elapsed Time 00:00:00,13

[DataSet1] E:\01_SKRIPSI_START\EKO_FAUZAN
PIJAY\PROP_EKO_FAUZANPIJAY3\MASTER FAUZAN PIJAY.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	96	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Var_Y_Keputusan_Pembelian_P1	4.3750	.61985	96
Var_Y_Keputusan_Pembelian_P2	4.3438	.76541	96
Var_Y_Keputusan_Pembelian_P3	4.3125	.78556	96
Var_Y_Keputusan_Pembelian_P4	4.2708	.76060	96
Var_Y_Keputusan_Pembelian_P5	4.3646	.76941	96

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Var_Y_Keputusan_Pembelian_P1	17.2917	8.819	.638	.975
Var_Y_Keputusan_Pembelian_P2	17.3229	7.021	.972	.921
Var_Y_Keputusan_Pembelian_P3	17.3542	7.179	.892	.936
Var_Y_Keputusan_Pembelian_P4	17.3958	7.336	.882	.937
Var_Y_Keputusan_Pembelian_P5	17.3021	7.055	.955	.924

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.6667	11.551	3.39866	5

FREQUENCIES VARIABLES=Var_X1_Kualitas_Produk_P1
 Var_X1_Kualitas_Produk_P2 Var_X1_Kualitas_Produk_P3
 Var_X1_Kualitas_Produk_P4 Var_X2_Harga_P1 Var_X2_Harga_P2 Var_X2_Harga_P3
 Var_X2_Harga_P4 Var_X2_Harga_P5 Var_Y_Keputusan_Pembelian_P1
 Var_Y_Keputusan_Pembelian_P2 Var_Y_Keputusan_Pembelian_P3
 Var_Y_Keputusan_Pembelian_P4 Var_Y_Keputusan_Pembelian_P5
 /NTILES=4
 /NTILES=10
 /PERCENTILES=10.0
 /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

[DataSet1] E:\01_SKRIPSI_START\EKO_FAUZAN
 PIJAY\PROP_EKO_FAUZANPIJAY3\MASTER FAUZAN PIJAY.sav

Statistics

		Var_X1_Kualitas_ Produk_P1	Var_X1_Kualitas_ Produk_P2	Var_X1_Kualitas_ Produk_P3	Var_X1_Kualitas_ Produk_P4
N	Valid	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.3542	4.2500	4.2708	4.3021
Median		5.0000	4.0000	4.5000	4.5000
Mode		5.00	5.00	5.00	5.00
Sum		418.00	408.00	410.00	413.00
Percentiles	10	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000
	20	4.0000	3.0000	3.0000	4.0000
	25	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
	30	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
	40	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
	50	5.0000	4.0000	4.5000	4.5000
	60	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
	70	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
	75	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
	80	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
	90	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000

Statistics

		Var_X2_Harga_P 1	Var_X2_Harga_P 2	Var_X2_Harga_P 3	Var_X2_Harga_P 4
N	Valid	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.6354	4.3646	4.4479	4.2188
Median		5.0000	5.0000	5.0000	4.0000
Sum		445.00	419.00	427.00	405.00
Percentiles	10	4.0000	3.0000	3.0000	3.0000
	20	4.0000	4.0000	4.0000	3.0000
	25	4.0000	4.0000	4.0000	3.2500
	30	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
	40	5.0000	4.0000	4.0000	4.0000
	50	5.0000	5.0000	5.0000	4.0000
	60	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
	70	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
	75	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
	80	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
	90	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000

Statistics

		Var_X2_Harga_P 5	Var_Y_Keputusan Pembelian P1	Var_Y_Keputusan Pembelian P2	Var_Y_Keputusan Pembelian P3
N	Valid	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.3438	4.3750	4.3438	4.3125
Median		5.0000	4.0000	5.0000	5.0000
Sum		417.00	420.00	417.00	414.00
Percentiles	10	3.0000	4.0000	3.0000	3.0000
	20	4.0000	4.0000	4.0000	3.4000
	25	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
	30	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
	40	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
	50	5.0000	4.0000	5.0000	5.0000
	60	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
	70	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000

75	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
80	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000
90	5.0000	5.0000	5.0000	5.0000

Statistics

		Var_Y_Keputusan_Pembelian P4	Var_Y_Keputusan_Pembelian P5
N	Valid	96	96
	Missing	0	0
Mean		4.2708	4.3646
Median		4.0000	5.0000
Mode		5.00	5.00
Sum		410.00	419.00
Percentiles	10	3.0000	3.0000
	20	4.0000	4.0000
	25	4.0000	4.0000
	30	4.0000	4.0000
	40	4.0000	4.0000
	50	4.0000	5.0000
	60	5.0000	5.0000
	70	5.0000	5.0000
	75	5.0000	5.0000
	80	5.0000	5.0000
	90	5.0000	5.0000

Frequency Table

Var_X1_Kualitas_Produk_P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	17.7	17.7
	4.00	28	29.2	46.9
	5.00	51	53.1	100.0
	Total	96	100.0	

Var_X1_Kualitas_Produk_P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	21	21.9	21.9	21.9
4.00	30	31.3	31.3	53.1
5.00	45	46.9	46.9	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_X1_Kualitas_Produk_P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	1.0	1.0	1.0
3.00	20	20.8	20.8	21.9
4.00	27	28.1	28.1	50.0
5.00	48	50.0	50.0	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_X1_Kualitas_Produk_P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	1.0	1.0	1.0
3.00	17	17.7	17.7	18.8
4.00	30	31.3	31.3	50.0
5.00	48	50.0	50.0	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_X2_Harga_P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	1	1.0	1.0	1.0
4.00	33	34.4	34.4	35.4
5.00	62	64.6	64.6	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_X2_Harga_P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	17	17.7	17.7	17.7
4.00	27	28.1	28.1	45.8
5.00	52	54.2	54.2	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_X2_Harga_P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	11	11.5	11.5	11.5
4.00	31	32.3	32.3	43.8
5.00	54	56.3	56.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_X2_Harga_P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	24	25.0	25.0	25.0
4.00	27	28.1	28.1	53.1
5.00	45	46.9	46.9	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_X2_Harga_P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	17	17.7	17.7	17.7
4.00	29	30.2	30.2	47.9
5.00	50	52.1	52.1	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_Y_Keputusan_Pembelian_P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	7	7.3	7.3	7.3
4.00	46	47.9	47.9	55.2
5.00	43	44.8	44.8	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_Y_Keputusan_Pembelian_P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	17	17.7	17.7	17.7
4.00	29	30.2	30.2	47.9
5.00	50	52.1	52.1	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_Y_Keputusan_Pembelian_P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	19	19.8	19.8	19.8
4.00	28	29.2	29.2	49.0
5.00	49	51.0	51.0	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_Y_Keputusan_Pembelian_P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	18	18.8	18.8	18.8
4.00	34	35.4	35.4	54.2
5.00	44	45.8	45.8	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Var_Y_Keputusan_Pembelian_P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	17	17.7	17.7	17.7
4.00	27	28.1	28.1	45.8
5.00	52	54.2	54.2	100.0
Total	96	100.0	100.0	

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT Variabel_Y_Keputusan_Pembelian

/METHOD=ENTER Variabel_X1_Kualitas_Produk Variabel_X2_Harga.

Regression

[DataSet1] E:\01_SKRIPSI_START\EKO_FAUZAN

PIJAY\PROP_EKO_FAUZANPIJAY3\MASTER FAUZAN PIJAY.sav

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.943 ^a	.890	.888	1.13908

a. Predictors: (Constant), Variabel_X2_Harga,

Variabel_X1_Kualitas_Produk

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	976.666	2	488.333	376.366	.000 ^b
Residual	120.667	93	1.297		
Total	1097.333	95			

a. Dependent Variable: Variabel_Y_Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Variabel_X2_Harga, Variabel_X1_Kualitas_Produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.606	.839		-.722	.472
Kualitas_Produk_X1	.278	.124	.224	2.238	.028
Harga_X2	.794	.109	.730	7.294	.000

a. Dependent Variable: Variabel_Y_Keputusan_Pembelian

Tabel r Product Moment

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.200	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55

56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
100	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.

Nilai F Tabel

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
1	161,446	199,499	215,707	224,583	230,160	233,988
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,319
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
51	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286

52	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
53	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
54	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
55	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
56	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
57	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
58	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263
59	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260
60	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
61	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
62	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
63	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249
64	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
65	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
66	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
67	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
68	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
69	3,982	3,132	2,739	2,507	2,350	2,235
70	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233
71	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
72	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
73	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
74	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
75	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
76	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
77	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
78	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
79	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
80	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
81	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
82	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
83	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
84	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
85	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
86	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
87	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
88	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
89	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
90	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202
91	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191