

P-ISSN: 3047-352, E-ISSN: 3047-7018

JURAMA, Vol. 2, No. 1, November 2024-Januari 2025 (032-043)

©2024 Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan

Pengabdian Putra Bangsa (LP4B) Tangerang Selatan



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Veralshop Online Gunung Sindur Bogor

Ratna Nur Latifah^{1*} Mahnun Mas'adi²ratnanlatifah2112@gmail.com^{1*}, dosen01017@unpam.ac.id²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Received ...2025 | Revised ...2025 | Accepted ...2025

*Korespondensi Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions at Veralshop Online Gunung Sindur, Bogor. The type of research used in this research is quantitative research. The population used in this study included all customers who made purchases at Veralshop Online, totaling 16,596, the sample used by the authors in this study amounted to 98 respondents. Data analysis using validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, and hypothesis testing. The results of this study indicate that the effect of product quality and price has a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 26.496 + 0.377 X_1$. Hypothesis testing obtained $t \text{ value} > t \text{ table}$ or $(5,386) > (1,984)$. Thus H_0 is rejected and H_1 is accepted, meaning that there is a significant effect of Product Quality on Purchasing Decisions. Price has a significant effect on Purchasing Decisions with the regression equation $Y = 25.981 + 0.382 X_2$. Hypothesis testing obtained $t \text{ value} > t \text{ table}$ or $(6,241) > 1.984$. Thus H_0 is rejected and H_1 is accepted, meaning that there is a significant effect of price on purchasing decisions. Product Quality and Price on Purchasing Decisions with the regression equation $Y = (19.841 + 0.242 + 0.289)$. Hypothesis testing obtained the value of $F \text{ count} > F \text{ table}$ or $(27.537 > 3.09)$. Thus H_0 is rejected.

Keywords: Product Quality; Price; Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Veralshop Online Gunung Sindur, Bogor. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mencakup semua pelanggan yang melakukan pembelian di Veralshop Online yang berjumlah 16.596, sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini berjumlah 98 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisiensi korelasi, analisis koefisiensi determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini Pengaruh Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi $Y = 26,496 + 0,377 X_1$. Uji hipotesis diperoleh nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $(5,386) > (1,984)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi $Y = 25,981 + 0,382 X_2$. Uji hipotesis diperoleh nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $(6,241 > 1,984)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi $Y = (19,841 + 0,242 + 0,289)$. Uji hipotesis diperoleh nilai $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ atau $(27,537 > 3,09)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan pelanggan.



PENDAHULUAN

Kesuksesan bisnis bergantung terhadap pemasaran, karena pemasaran berperan penting dalam bisnis. Pengusaha mengandalkannya untuk bertahan hidup, tumbuh, dan untuk mendapatkan keuntungan. Adapun tujuan bisnis bergantung pada keterampilan di berbagai bidang seperti pemasaran, produksi, dan keuangan. Diikuti oleh suatu kemajuan teknologi yang sekarang sangat canggih serta informasi yang sangat cepat, industri fashion mengalami pertumbuhan yang pesat.

Veralshop online merupakan UMKM sektor perdagangan dibidang pakaian, produk-produk yang ditawarkan dan dijual oleh Veralshop online merupakan produk yang memang dicari oleh kebanyakan konsumen dan juga menyediakan produk dengan kualitas terbaik dengan pelayanan. Agar konsumen merasa puas, Faktor lain yang dianggap penting kualitas produk, harga mempengaruhi keputusan pembelian.

Veralshop online harus berusaha memberikan kepuasan untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan konsumen. Menurut Amrullah (2016:15), kualitas produk dalam pandangan konsumen berbeda dengan kualitas produsen ketika mereka mengeluarkan produk yang dikenal memiliki kualitas sebenarnya.

Selain Kualitas Produk, Harga juga sangat mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Kualitas Produk dan Harga Menurut Kotler dan Armstrong (2017:177) adalah dua komponen yang mempengaruhi keputusan pelanggan tentang yang ingin mereka beli. Karena itu, dapat dipastikan bahwa keputusan pilihan pelanggan untuk membeli barang yang ditawarkan dipengaruhi oleh kualitas produk dan harganya. Berdasarkan hal tersebut penurunan jumlah konsumen pada Veralshop Online Gunung Sindur Bogor adalah sebagai berikut,

Tabel 1
Data Penjualan dan Konsumen Pada Veralshop Online Gunung Sindur Bogor Tahun 2021 - 2023

<i>No</i>	<i>Tahun</i>	<i>Konsumen</i>	<i>Penjualan</i>
1	2021	5292	Rp. 491.234.500
2	2022	6876	Rp. 540.533.100
3	2023	4428	Rp. 450.359.800
Jumlah		16596	Rp 1.482.127.400

Sumber: Veralshop Online Gunung Sindur Bogor

Berdasarkan data tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen dan penjualan Veralshop Online Pada Veralshop Gunung Sindur Bogor mengalami fluktuatif di 3 tahun terakhir. Hal ini bermakna bahwa terjadi fluktuasi kunjungan pelanggan yang diakibatkan karena adanya covid-19 dan banyaknya kompetitor. Untuk mengatasi persaingan dengan kompetitor, Veralshop Online harus memiliki strategi untuk meyakinkan pelanggan kalau Veralshop Online ini sendiri memiliki kualitas yang lebih baik dan harga yang lebih terjangkau.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2019:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada

populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Hubungan yang bersifat sebab dan akibat, maka ada 2 variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Populasi dan sampel adalah pelanggan Veralshop Online yang berjumlah 98 orang pengumpulan data menggunakan data primer yang disebarkan melalui kuesioner kepada responden. Adapun analisa data yang dilakukan meliputi: uji instrumen data (validitas dan reliabilitas), uji asumsiklasik (normalitas, heteroskedastisitas dan multikolinieritas), uji regresi ganda, uji t, uji F dan uji determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Veralshop Online didirikan pada tahun 2017 adalah sebuah bisnis dibidang jasa penjualan pakaian yang terfokuskan pada pakaian anak yang di dirikan oleh seorang ibu rumah tangga yang awal mulanya menjadi agen dari Toko BOP (*babies on project*). Setelah diproduksi dan memiliki merek sendiri namanya yang semula Veralshop.1208 menjadi Veralshop Online, tetapi di Shopee-nya masih Veraslshop.1208 dan pergantian nama belum setelah sampai sekarang.

Untuk meningkatkan penjualan akhirnya pada tahun 2018 Veralshop Online memasukan 2 karyawan, yaitu untuk admin yang bertugas mengelola seluruh aktivitas operasional toko dan untuk mengupdate stok, kemudian yang satu lagi host live dimana untuk beristeraksi dengan pelanggan.

Setelah dikenal masyarakat luas akhirnya pada tahun 2020 akhirnya Veralshop memulai produksi sendiri tanpa menguunakan agen dan mendaftarkan mereknya sendiri, Gamboge pada tahun 2022.

Visi dan Misi Sava Kopi Pamulang

1. Visi Veralshop Online

Memberikan model yang terbaik ke bidang *fashion* anak-anak dengan konsep comfy dan *trendy*

2. Misi Veralshop Online

Menjaga kualitas produk, mengutamakan kepuasan pelanggan dan menjaga kepercayaan pelanggan serta tanggung jawab

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kuesioner dikatakan valid atau tidak. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan SPSS versi 26 dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan valid.
- Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan tidak valid.

Berikut ini disampaikan hasil perhitungan uji validitas setiap variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu variabel Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian dengan perincian sebagai berikut:

Pengujian validitas untuk variabel Kualitas Produk

Tabel 2
Pengujian Validitas Instrumen pernyataan Kualitas Produk

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kriteria
1.	1	0,587	0,1986	Valid
2.	2	0,573	0,1986	Valid
3.	3	0,715	0,1986	Valid
4.	4	0,699	0,1986	Valid
5.	5	0,584	0,1986	Valid
6.	6	0,670	0,1986	Valid
7.	7	0,663	0,1986	Valid
8.	8	0,710	0,1986	Valid
9.	9	0,806	0,1986	Valid
10.	10	0,725	0,1986	Valid

Sumber: Hasil SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) yang akan diuji sebanyak 98 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,05 dengan

ketentuan $df = n - 2$, maka $df = 98 - 2 = 96$ maka didapat r tabel sebesar 0,1986. Dari tabel diatas menunjukan pertanyaan-pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan dapat dikatakan valid karena seluruh pertanyaan memiliki nilai signifikan dibawah 0,05.

Pengujian validitas untuk variabel Harga

Tabel 3: Pengujian Validitas Instrumen pernyataan Harga

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kriteria
1.	1	0,692	0,1986	Valid
2.	2	0,780	0,1986	Valid
3.	3	0,691	0,1986	Valid
4.	4	0,699	0,1986	Valid
5.	5	0,611	0,1986	Valid
6.	6	0,683	0,1986	Valid
7.	7	0,697	0,1986	Valid
8.	8	0,711	0,1986	Valid
9.	9	0,754	0,1986	Valid
10.	10	0,649	0,1986	Valid

Sumber: Hasil SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel Harga dinyatakan Valid, hal itu dibuktikan

dengan nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, $(n-2) = 98 - 2 = 96$ yaitu 0,1986. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

Pengujian validitas untuk variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4
Pengujian Validitas Instrumen pernyataan Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kriteria
1.	1	0,614	0,1986	Valid
2.	2	0,687	0,1986	Valid
3.	3	0,532	0,1986	Valid
4.	4	0,570	0,1986	Valid
5.	5	0,560	0,1986	Valid
6.	6	0,704	0,1986	Valid
7.	7	0,593	0,1986	Valid
8.	8	0,550	0,1986	Valid
9.	9	0,608	0,1986	Valid
10.	10	0,619	0,1986	Valid

Sumber : pengolahan data, 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan Valid, hal itu dibuktikan dengan nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, $(n-2) = 98 - 2 = 96$ yaitu 0,1986. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu pekerjaan dapat dipercaya. Instrumen yang valid umumnya pasti reliable, tetapi pengujian realibilitas perlu dilakukan. Berikut tabel hasil realibilitas instrument :

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Tabel 5: Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.862	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Produk dikatakan reliable, karena *cronbach's alpha* lebih besar dari pada

0,60, yaitu $0,862 > 0,60$ dikatakan reliable dengan ketentuan $N = 4.428$ taraf signifikan 10%.

Uji Reliabilitas Variabel Harga

Tabel 6: Uji Reliabilitas Variabel Harga
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.880	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel Harga dikatakan reliable, karena *cronbach's alpha* lebih besar dari pada 0,60,

yaitu $0,880 > 0,60$ dikatakan reliable dengan ketentuan $N = 4.428$ taraf signifikan 10%.

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 7: Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.802	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dikatakan reliable, karena *cronbach's alpha* lebih besar dari pada 0,60, yaitu $0,802 > 0,60$ dikatakan reliable dengan ketentuan $N = 4.428$ taraf signifikan 10%.

untuk mengolah data yaitu menggunakan program SPSS 26.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas untuk mengetahui apakah uji regresi suatu variabel dependen serta independent memiliki suatu distribusi normal, sebagai berikut,:

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Adapun alat yang digunakan

Tabel 8: One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<i>Unstandardized Residual</i>	
<i>N</i>	98
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>
	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>
	3.01085085

<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.057
	<i>Positive</i>	.047
	<i>Negative</i>	-.057
<i>Test Statistic</i>		.057
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

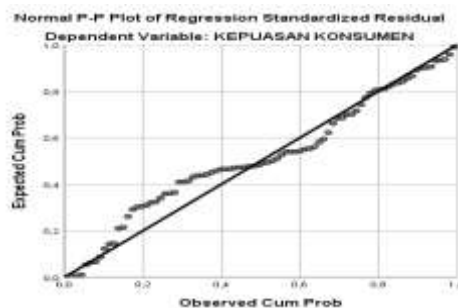
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Olah data SPSS 26

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa nilai signifikan (2-tailed) sebesar 0,200. Karena dikatakan signifikan apabila lebih dari

0,05 ($0,200 > 0,050$) artinya data tersebut berdistribusi normal.



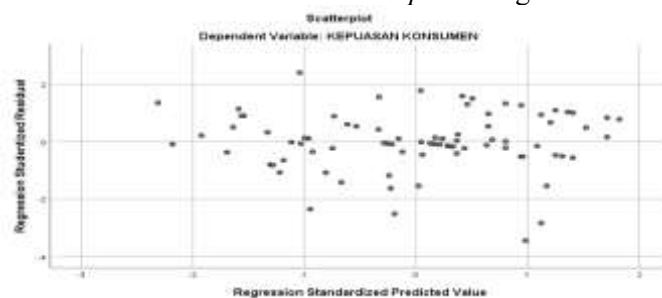
Gambar 1: P-Plot Uji Normalitas

Pada normalitas plot P-P plot prinsipnya normalitas dapat didekati dengan penyebaran melihat penyebaran-penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dan residualnya. Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa data residu dari variabel Kualitas Produk, Harga,

dan Keputusan Pembelian yang diteliti adalah data yang berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:



Sumber: data diolah ,2023

Gambar 2: Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar *scatter plot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

UJI HIPOTESIS

Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Harga masing-masing

terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilakukan dengan uji statistic uji t (uji parsial).

Bila hasil yang diperoleh positif :

- 1) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak

Adapun ketentuan t_{tabel} diperoleh dengan cara membandingkan jumlah sampel dengan taraf signifikan. Dan dengan rumus : $t_{tabel} = (\text{tingkat kepercayaan dibagi } 2 : \text{jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dikurangi } 1)$ atau jika ditulis dalam bentuk rumus data yang diperoleh peneliti, maka :

$$t_{tabel} = (0,05/2:98-2-1)$$

$$t_{tabel} = (0,025;95)$$

Kemudian bila pada distribusi nilai t_{tabel} $df = 98$ pada kolom 0,05 maka ditemukan nilai t_{tabel} sebesar 1,98498.

Uji Hipotesis parsial untuk variabel Kualitas Pelayanan

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

H_{01} : Keputusan Pembelian tidak dipengaruhi secara signifikan oleh terhadap Kualitas Produk Pada Veralshop Online Gunung Sindur Bogor

H_{a1} : Kualitas Pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh Kualitas Produk Pada Veralshop Online Gunung Sindur Bogor

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 9: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	26.496	2.947			8.990	.000
KUALITAS PRODUK	.377	.070	.482		5.386	.000

a. Dependent Variable: KUALITAS PRODUK

Sumber : Pengolahan Data 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5,386 > 1,98498)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\text{ value} < \text{Sig.} 0,000$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis parsial untuk variabel Harga

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah

H_{H2} : Keputusan Pembelian tidak dipengaruhi secara signifikan oleh Harga Pada Verashop Online Gunung Sindur Bogor

H_{a2} : Keputusan Pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh Harga Pada Veralshop Gunung Sindur Bogor

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 10: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Antara Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	25.981	2.629			9.881	.000
HARGA	.382	.061	.537		6.241	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Pengolahan Data 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada

tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau

(0,000 > 1,98498). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F statistik adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independen nya (Kualitas Pelayanan dan Harga) terhadap variabel dependen nya (Kepuasan Pelanggan). Perhitungan statistik F dari ANOVA dilakukan dengan membandingkan nilai kritis yang diperoleh dari tabel distribusi F pada tingkat signifikan tertentu.

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang.

H_{a3} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang.

Sebagai pembandingan untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dan membandingkan F-hitung dengan F-tabel dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima

Rumus F tabel yaitu :

$$(df = k-1) = df_1 = 3-1 = 2 \text{ dan } (df_2 = n - k) = 84 - 3 = 81$$

Dengan signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh $F_{tabel} = 3$, dari tabel statistik. Berikut adalah hasil uji ANOVA atau uji F :

Tabel 11: Hasil Uji Simultan (Uji F)
Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	509.775	2	254.888	27.537	,000 ^b
	Residual	879.327	95	9.256		
	Total	1389.102	97			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

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

Sumber : Pengolahan Data 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji Anova diatas diperoleh nilai F_{hitung} 27,537 lebih besar dari F_{tabel} dengan signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau (F_{hitung} 27,537 > 3,09 F_{tabel}) dan ($F_{signifikan}$ 0,000 < 0,05). Sehingga dapat

PEMBAHASAN

Setelah diketahui hasil temuan dalam hal ini kemudian di analisis seberapa baik data tersebut mempresentasikan hasil penelitian yang diangkat, terutama kemampuan dalam menjelaskan seberapa baik Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan hasil-hasil dalam penelitian ini sebagai berikut :

Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Maramis (2018:18), menyatakan bahwa “Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam

disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Veralshop Online Gunung Sindur Bogor.

memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitass, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”. Apabila pkualitas yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan. Veralshop Online harus mampu memberikan kualitas yang diharapkan agar tidak kehilangan pelanggan dalam jangka panjang. Kualitas Produk yang memuaskan dapat tercipta apabila manajemen perusahaan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi

Keputusan Pembelian.

Berdasarkan analisis hasil perhitungan SPSS versi 26, akan hasil uji t Variabel penelitian Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan menunjukkan hasil uji $t_{hitung} = 5,386$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98498$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawan, Adriansyah dan Gultom (2021) bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Pelanggan sendiri memiliki persepsi mengenai harga bahwa semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produk. Bila suatu produk mengharuskan pelanggan mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima maka yang terjadi adalah produk tersebut akan memiliki nilai negatif. Pelanggan mungkin akan menganggapnya sebagai nilai yang buruk dan kemudian akan mengurangi konsumsi terhadap produk tersebut. sebaliknya jika manfaat yang diperoleh lebih besar maka yang terjadi adalah produk tersebut akan memiliki nilai positif. Jadi semakin tinggi barang yang dibeli maka semakin kecil permintaan terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan analisis hasil perhitungan SPSS versi 26, akan hasil uji t Variabel penelitian Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menunjukkan hasil uji $t_{hitung} = 6,241$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98498$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Kotler dan Sunyoto (2019: 216) bahwa Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji Anova diperoleh nilai $F_{hitung} 27,537$ lebih besar dari F_{tabel} dengan signifikan $0,000$ lebih kecil dari $0,05$ atau ($F_{hitung} 27,537 > F_{tabel} 3,09$) dan ($F_{signifikan} 0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa

secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Sava Kopi Pamulang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian pada setiap bab sebelumnya, dan dari hasil analisa serta pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian, adalah sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menunjukkan hasil uji $t_{hitung} = 5,386$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98498$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_{a1} diterima. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Veralshop Online Gunung Sindur Bogor.
2. Secara parsial variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menunjukkan hasil uji $t_{hitung} = 6,241$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98498$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Veralshop Gunung Sindur Bogor.
3. Secara Simultan variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pada Veralshop Online Gunung Sindur Bogor dengan menunjukkan $F_{hitung} 27,537$ lebih besar dari F_{tabel} dengan signifikan $0,000$ lebih kecil dari $0,05$ atau ($F_{hitung} 27,537 > F_{tabel} 3,09$) dan ($F_{signifikan} 0,000 < 0,05$).

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R., & others. (2020). *Pengantar Manajemen*. Ae Publishing.
- Alexa, D. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buku Pada CABANG PT. TIGA SERANGKAI JAKARTA SELATAN. *ePrints UNPAM*.
- Amrulloh, A., Siburian, P., & Zainurossalamia, S. (2016). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap*

- keputusan pembelian sepeda motor honda* (Vol. 13). 99 - 118.
- Andrean, A., Nugroho, N., Hutabarat, F., Anggraini, D., & Supriyanto, S. (2021). Keterkaitan Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Aplikasi E-Commence Shopee. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 240--244.
- Anggraini, D. (2023). *Pengaruh Beauty Influencer, Harga, Kualitas Produk dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madame Gie pada Masyarakat Lumajang*. Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
- Astuti, M., & Amanda, A. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish.
- Ferdiansyah, M. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Tajuro Busana Poris Plawad Tangerang. *ePrints Unpam*.
- Ferdiansyah, M. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Tajuro Busana Poris Plawad Tangerang. *ePrints Unpam*.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di toko pelita jaya buyungon amurang. *Jurnal Productivity*, 2(2), 2723-01121.
- Haque-Fawzi, M., Iskandar, A., Heri, E., & Sumarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Harjady, V. N. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rva Fashion Ciledug Di Kota Tangerang Selatan. *ePrints UNPAM*.
- Hendrayani, Eka and Siwiyanti, Leonita . (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2).
- Iskandar, A. H., & Sutejo, B. (2023). Analisis pengaruh celebrity endorsement, brand image dan harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen khaf di kecamatan pendurungan kota semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1033-1039.
- Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT.SHOPPE internasional Indonesia di kota sukabumi. *Transekonomika, Akuntansi, Bisnis dan Keuangan Jurnal*, 2(5), 2809-6852.
- Kholifah, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada SPBU Shell Indonesia Cabang Veteran di Bintaro Jakarta Selatan. *ePrints UNPAM*.
- Aditama, R., & others. (2020). *Pengantar Manajemen*. Ae Publishing.
- Alexa, D. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buku Pada CABANG PT. TIGA SERANGKAI JAKARTA SELATAN. *ePrints UNPAM*.
- Amrulloh, A., Siburian, P., & Zainurossalamia, S. (2016). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda* (Vol. 13). 99 - 118.
- Andrean, A., Nugroho, N., Hutabarat, F., Anggraini, D., & Supriyanto, S. (2021). Keterkaitan Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Aplikasi E-Commence Shopee. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 240--244.
- Anggraini, D. (2023). *Pengaruh Beauty Influencer, Harga, Kualitas Produk dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madame Gie pada Masyarakat Lumajang*. Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
- Astuti, M., & Amanda, A. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish.
- Ferdiansyah, M. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Tajuro Busana Poris Plawad Tangerang. *ePrints Unpam*.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di

- toko pelita jaya buyungon amurang. *Jurnal Productivity*, 2(2), 2723-01121.
- Haque-Fawzi, M., Iskandar, A., Heri, E., & Sumarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Harjady, V. N. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rva Fashion Ciledug Di Kota Tangerang Selatan. *ePrints UNPAM*.
- Hendrayani, Eka and Siwiyanti, Leonita . (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2).
- Iskandar, A. H., & Sutejo, B. (2023). Analisis pengaruh celebrity endorsement, brand image dan harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen khaf di kecamatan pendurungan kota semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1033-1039.
- Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT.SHOPPE internasional Indonesia di kota sukabumi. *Transekonomika, Akuntansi, Bisnis dan Keuangan Jurnal*, 2(5), 2809-6852.
- Kholifah, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada SPBU Shell Indonesia Cabang Veteran di Bintaro Jakarta Selatan. *ePrints UNPAM*.
- M, M. (2018). *Dasar-dasar Manajemen*. Ghalia .
- Marhamah, M., Hildayanti, S., & Purnamasari, E. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Klinik Kecantikan di Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 4(3), 120--131.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Di Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476--490.
- Maudya, A., & Hamzah, M. (2022). Analisis pengaruh celebrity endorsement, kualitas produk dan packaging terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada produk skincare Klarity. *JEBI| Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 17(2), 1-17.
- Nurhayati, S. (2027). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- Pranata, I. Y., Widiyanti, M., Wahab, Z., & Rosa, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Indonesia. *The Manager Review*, 4(1), 1-8.
- Putra, P. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Eureka Media Aksara.
- Putri, H. Y., Pradhawati, A., Hermani, A., & Seto, D. (2022). Pengaruh Promosi social Media dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Pond's (Studi Kasus Pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 2746-1297.
- Ratnasar, A. D., & Harti, H. (2016). pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3), 1-11.
- Rumondang, A., Sudirman, A., & Sitorus, S. (2020). *emasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Setiadi, E. (2020). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Syrup Monin Pada Pt. Kharisma Sukses Gemilang*. UniversitasBuddhiDharma.
- Sihombing, N., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina.
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). PPA engaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 30-36.
- Sukmawati, D. A., Mathori, M., & Mathori, M. (2022). Pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan

- pembelian produk skincare something (studi pada. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579-559.
- Sundari, A., Bilgies, A., & Fauziah, N. (2020). Pengaruh Faktor-faktor Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Iklan di Gadjah Mada Enterprise. *J-MACC, Journal of Management and Accounting*, 3(2), 14 - 30.
- Supomo, R., & Nurhayati, E. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk mahasiswa & Umum*. Bandung: Yrama Widya.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Widana.
- Tasia, A., Sulistyandari, & Kinasih, D. D. (2022). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di pekanbaru. *Ekonomi, Accounting and Business Journal*, 2(1), 74-85.
- Tjiptono, F. (2023). *Riset pemasaran*. Penerbit Andi.
- trisnawati, N., Riefianti, R., & Amandani. (2023). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 2654-4946.
- Wahyuni, P., Kasno, K., & Jariah, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Arafah Hijab. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 6(2), 446-454.
- Widjaya, A., & Astono, A. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Mall Kelapa Gading. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(3), 2595--2614.
- Yanuar, M., Qomariyah, N., & Santosa, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1).
- Yudapatty, S., Sutopo, H., & Bramastyo, R. (2021). Pengaruh Lokasi, Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Admiral Navy Coffee Caf{\'e} di Surabaya. *UBHARA Management Journal*, 1(1), 1-8.