

P-ISSN: 3047-3527, E-ISSN: 3047-7018  
 JURAMA, Vol. 3, No. 1, Februari 2026  
 Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian  
 Putra Bangsa (LP4B) Tangerang Selatan



## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE INFINI UNTUK KALANGAN DOKTER KECANTIKAN PADA PT MARTHA INTI PERSADA DI TANGERANG

**Supriyatna<sup>1</sup>, H. Hastono<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
 Email: priyatna712@gmail.com<sup>1</sup>, dosen00340@unpam.ac.id<sup>2</sup>

### **Abstract**

*The purpose of this study was to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions for Infini Skincare among cosmetic doctors at PT Martha Inti Persada in Tangerang. The method used was quantitative. The sampling technique used the Slovin formula/Rao Purba formula and obtained a sample of 37 respondents. Data analysis used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficients, determination coefficients and hypothesis tests. The population in this study were consumers of PT Martha Inti Persada in Tangerang and the number of saturated samples was 37 respondents. Data collection methods were through questionnaires with a Likert scale, observation, and literature studies. The results of this study indicate that price has a significant positive effect on purchasing decisions, with a coefficient of determination of 42.6%, and the hypothesis test obtained  $t_{count} > t_{table}$  or  $(5.009 > 1.690)$ . Product quality has a significant positive effect on purchasing decisions, with a coefficient of determination of 50.0%, and the hypothesis test obtained  $t_{count} > t_{table}$  or  $(5.911 > 1.690)$ . Price and product quality simultaneously have a significant positive effect on purchasing decisions, with the regression equation  $Y = 28.757 + 0.178 + 0.208$ , with a coefficient of determination of 55.8%, while the remaining 44.2% is influenced by other factors. The hypothesis test obtained  $F_{count} > F_{table}$  or  $(23.736 > 3.280)$ .*

**Keywords:** Price; Product Quality; Purchasing Decision

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Skincare Infini untuk kalangan dokter kecantikan pada PT Martha Inti Persada di Tangerang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin/rumus rao purba dan diperoleh sampel sebanyak 37 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT Martha Inti Persada di Tangerang dan jumlah sampel jenuh berjumlah 37 responden. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala *likert*, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini adalah harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 42,6% dan uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(5,009 > 1,690)$ . Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 50,0% dan uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(5,911 > 1,690)$ . Harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 28,757 + 0,178 + 0,208$ , nilai koefisien determinasi sebesar 55,8% sedangkan sisanya sebesar 44,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(23,736 > 3,280)$ .

**Kata Kunci:** Harga; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian.

## **PENDAHULUAN**

Dalam beberapa tahun terakhir, industri perawatan kulit dan kosmetik di Indonesia telah berkembang pesat. Kepedulian masyarakat terhadap penampilan fisik dan kesehatan kulit merupakan faktor utama yang mendorong tren ini. Tangerang adalah salah satu kota di mana bisnis ini sedang berkembang pesat. Di wilayah ini, berbagai klinik kecantikan dan dokter estetika berlomba-lomba menyediakan layanan berkualitas tinggi kepada para pasiennya, yang pada gilirannya meningkatkan permintaan terhadap produk-produk skincare medis berkualitas, khususnya produk injeksi.

Berdasarkan kebutuhan akan produk skincare pada klinik-klinik kecantikan tersebut mendorong para pengusaha untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pasokan produk-produk skincare.

Diantaranya PT. Martha Inti Persada terbentuk dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan skincare dengan kualitas produk terbaik yang dapat diterima di klinik-klinik kecantikan yang mengedepankan akan kualitas produk. PT. Martha Inti Persada adalah salah satu distributor produk skincare injeksi yang memasarkan produk bernama Infini, yaitu produk perawatan kulit berbasis injeksi yang ditujukan untuk kalangan profesional, seperti klinik kecantikan dan dokter kecantikan. PT. Martha Inti Persada didirikan oleh Bapak Martahan Simanjuntak MBA pada tahun 2020 dan berfokus pada produk-produk skincare injeksi impor. Salah satu produk yang dipasarkan oleh PT. Martha Inti Persada ialah Infini. Infini produk skincare injeksi yang di produksi di Italia ini diposisikan sebagai produk premium, dengan kualitas tinggi dan telah memperoleh izin edar BPOM, serta menawarkan keamanan dan efektivitas dalam penggunaannya.

Berdasarkan data penjualan produk skincare Infini dari bulan januari 2023 sampai dengan bulan desember 2024 yang penulis dapatkan di PT Martha Inti Persada untuk kalangan dokter kecantikan di Tangerang sebagai berikut:

**Tabel 1: Penjualan produk skincare Infini Tahun 2023 dan 2024**

Bulan	Tahun			
	2023	Unit	2024	Unit
Januari	90	Box	35	Box
Pebruari	100	Box	50	Box
Maret	95	Box	50	Box
April	80	Box	55	Box
Mei	120	Box	50	Box
Juni	100	Box	45	Box
Juli	110	Box	40	Box
Agustus	130	Box	55	Box
September	125	Box	30	Box
Oktober	120	Box	50	Box
Nopember	120	Box	50	Box
Desember	120	Box	30	Box
<b>Jumlah</b>	<b>3.333</b>	<b>Box</b>	<b>2.564</b>	<b>Box</b>

Sumber: PT Martha Inti Persada, 2025

Berdasarkan data pada tabel di atas, penjualan produk skincare Infini dari januari 2023 hingga desember 2024. Setiap bulan pada tahun 2024 terjadi penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan terbesar terjadi pada bulan September dan Desember 2024. Terdapat penurunan signifikan dalam total penjualan produk skincare infinid pada tahun 2024 dibandingkan dengan penjualan di tahun 2023. Total penjualan mengalami penurunan sebesar 33% dari 3.333 box pada tahun 2023 menjadi 2.564 box pada tahun 2024. Tentunya jika dilihat dari hal tersebut, perlu melakukan analisis mendalam terkait faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi penurunan penjualan, termasuk evaluasi strategi pemasaran, persaingan pasar, harga, dan perubahan perilaku pelanggan. Langkah-langkah perbaikan dan penyesuaian strategi dapat diperlukan untuk meningkatkan kinerja penjualan di waktu mendatang.

**Tabel 2: Perbandingan Harga Dibanding Pesaing**

Merek	Infini	Profhilo	Rejuran	Bellavita	Nucleofill	Gana PNV
Harga	5.000.000	3.000.000	2.500.000	2.000.000	2.000.000	1.500.000

Sumber: Survey pada klinik kecantikan

Berdasarkan data diatas tersebut merupakan produk-produk yang memiliki kesamaan manfaat dengan komposisi yang sama yang membedakan hanyalah dari segi harga. Namun, ditengah maraknya produk serupa dari berbagai distributor, PT Martha Inti Persada menghadapi tantangan kompetitif yang cukup serius. Berdasarkan data yang ada saat ini, harga produk INFINI mencapai Rp. 5.000.000 per kotak, jauh lebih mahal dibandingkan harga produk sejenis dari kompetitor seperti Profhilo dengan harga Rp.3.000.000, Rejuran Rp.2.500.000, Bellavita Rp.2.000.000, Nucleofill Rp.2.000.000 sampai dengan harga termurah dengan merek Gana PNV dengan harga Rp.1.500.000 . Harga yang tinggi ini

tentu menjadi pertimbangan besar bagi para dokter kecantikan dalam praktik mereka untuk memilih produk dengan harga yang lebih terjangkau dan memiliki kualitas produk yang baik. Konsumen profesional, seperti dokter kecantikan, menghadapi serangkaian pertimbangan yang rumit saat melakukan pembelian, terutama mengingat banyaknya produk sejenis yang ditawarkan oleh berbagai vendor dengan tingkat harga yang berbeda.

Saat membeli, dua pertimbangan penting adalah biaya dan kualitas. Kualitas produk sangat penting untuk menjamin kemanjuran dan keamanan perawatan pasien, sementara harga sangat penting karena memengaruhi efisiensi biaya operasional klinik. Dokter kecantikan, sebagai pengguna langsung produk INFINI, memiliki ekspektasi tinggi terhadap hasil dan keamanan produk yang mereka gunakan dalam praktik profesional. Sehingga peneliti melakukan pra survey kepada para pelanggan produk infini guna mendukung kegiatan penelitian yang dilakukan terkait dengan kualitas produk. Berikut hasil pra survey disajikan dalam bentuk tabel:

**Tabel 3: Pra Survey Kualitas Produk Infini**

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	JAWABAN		TOTAL
			YA	TIDAK	
1	KINERJA	Produk sangat efisien	30	7	37
2	DAYA TAHAN	Kualitas tahan lama	37	-	37
3	KESESUAIAN	Kesesuain spesifikasi kualitas produk	20	17	37
4	ESTETIK	Kemasan mencerminkan kualitas	15	22	37
5	RELIABILITAS	Kualitas sesuai bahan yang dibutuhkan	37	-	37

*Sumber: Pra survey*

Berdasarkan data pra survey dengan 37 responden dokter di klinik kecantikan diatas penulis mendapatkan informasi tentang kualitas produk Infini dengan beberapa kriteria seperti kinerja produk didapat hasil sebanyak 30 responden dokter menjawab produk infini sangat efisien dan 7 responden menjawab tidak sesuai. Pada kriteria daya tahan semua responden sebanyak 37 dokter menjawab sesuai, namun pada kriteria kesesuaian spesifikasi kualitas produk sebanyak 20 responden dokter menjawab sesuai dan 17 responden. Pada kriteria kemasan mencerminkan kualitas sebanyak 22 responden menjawab tidak sesuai dan hanya 15 responden yang menjawab sesuai.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua dokter memilih produk berdasarkan harga murah semata, banyak diantaranya lebih mempertimbangkan kualitas produk, dukungan teknis, serta reputasi produk. Namun, sebagian lainnya justru lebih sensitif terhadap harga, terutama dalam kondisi pasar yang fluktuatif. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan persepsi dan prioritas yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

## METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2020:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 37 responden, pengumpulan data menggunakan data primer dengan cara menyebar kuesioner kepada responden. Adapun analisa data yang dilakukan meliputi: uji instrumen data (validitas dan reliabilitas), uji asumsiklasik (normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 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:

- a. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan dikatakan valid.
- b. 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 harga, kualitas produk dan keputusan pembelian dengan perincian sebagai berikut:

#### Pengujian Validitas Variabel Harga

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Harga**

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KX1-1	0,506	0,324	Valid
KX1-2	0,628	0,324	Valid
KX1-3	0,618	0,324	Valid
KX1-4	0,623	0,324	Valid
KX1-5	0,699	0,324	Valid
KX1-6	0,741	0,324	Valid
KX1-7	0,692	0,324	Valid
KX1-8	0,816	0,324	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan tabel di atas 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 37 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,050 dengan ketentuan  $df = n-2$ , maka  $df = 37 - 2 = 35$  maka didapat r tabel sebesar 0,324. Dari tabel di atas menunjukkan pernyataan pada variabel harga dapat dikatakan valid karena seluruh pernyataan memiliki nilai r hitung  $> 0,324$ .

#### Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 5: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Kualitas Produk**

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KX2-1	0,869	0,324	Valid
KX2-2	0,925	0,324	Valid
KX2-3	0,409	0,324	Valid
KX2-4	0,409	0,324	Valid
KX2-5	0,493	0,324	Valid
KX2-6	0,019	0,324	Tidak Valid
KX2-7	0,382	0,324	Valid
KX2-8	0,337	0,324	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel kualitas produk dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ ,  $(n-2) = 37 - 2 = 35$  yaitu 0,324. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

#### Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Keputusan Pembelian**

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
---------------	----------	---------	------------

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KY-1	0,340	0,324	Valid
KY-2	0,391	0,324	Valid
KY-3	0,364	0,324	Valid
KY-4	0,355	0,324	Valid
KY-5	0,428	0,324	Valid
KY-6	0,421	0,324	Valid
KY-7	0,327	0,324	Valid
KY-8	0,590	0,324	Valid
KY-9	0,434	0,324	Valid
KY-10	0,309	0,324	Valid

Sumber: *Pengolahan Data*, 2025.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ ,  $(n-2) = 37 - 2 = 35$  yaitu 0,324. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya. Instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reliabilitas perlu dilakukan. Berikut tabel hasil reliabilitas instrumen:

#### Uji Reliabilitas Variabel Harga

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 7: Uji Reliabilitas Variabel Harga**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,804	8

Sumber: *Pengolahan data SPSS 26*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel harga dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu  $0,804 > 0,600$ .

#### Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

**Tabel 8: Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,682	8

Sumber: *Pengolahan data SPSS 26*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu  $0,682 > 0,600$ .

#### Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

**Tabel 9: Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items

$$\frac{,385}{10}$$

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel keputusan pembelian dikatakan tidak reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih kecil dari pada 0,600, yaitu  $0,385 < 0,600$ .

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Adapun alat yang digunakan untuk mengolah data yaitu menggunakan program SPSS 26.

### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas dilakukan dengan 2 (dua) metode yaitu: 1) Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data dinyatakan normal. 2) Metode grafik dengan ketentuan titik-titik sebaran data dikatakan normal apabila data atau titik menyebar berada pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti garis diagonal. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

**Tabel 10: Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		37	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.51907787	
Most Extreme Differences	Absolute	.123	
	Positive	.123	
	Negative	-.083	
Test Statistic		.123	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.174	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.162	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.153
		Upper Bound	.172

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

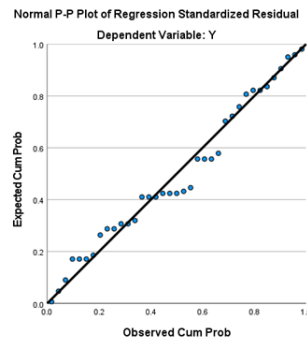
c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Dari tabel di atas dapat diperoleh nilai signifikan (*2-tailed*) sebesar 0,162. Karena signifikannya lebih dari 0,050 atau ( $0,162 > 0,050$ ) maka disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

Selanjutnya uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan grafik *Probability Plot* (P-P Plot) yang prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan cara melihat pola penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dan residualnya atau dengan kata lain mengikuti arah garis diagonal. Adapun hasil ujinya sebagai berikut:

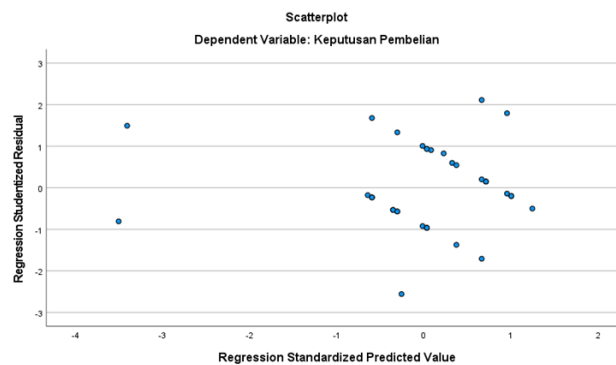


Sumber: Pengolahan Data, 2025.  
**Gambar 1: P-Plot Uji Normalitas**

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data residu dari variabel harga, kualitas produk 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: Pengolahan Data, 2025.  
**Gambar 2: Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas**

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

### Uji Hipotesis

#### Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dapat dilakukan dengan uji t (uji parsial). Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (terdapat pengaruh).
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak terdapat pengaruh)

#### Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel Harga

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

$H_{01}$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.

$H_{a1}$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.

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

**Tabel 11: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.748	2.109		14.583	<,001
	Harga	.324	.064	.653	5.099	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(5,009 > 1,690)$ , hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $(0,001 < 0,05)$ . Dengan demikian maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.

### Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel Kualitas Produk

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

$H_{02}$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.

$H_{a2}$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.

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

**Tabel 12: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.699	1.659		19.112	<,001
	Kualitas Produk	.299	.051	.707	5.911	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(5,911 > 1,690)$ , hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $(0,001 < 0,05)$ . Dengan demikian maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.

### Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F statistik adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independen nya (harga dan kualitas produk) terhadap variabel dependen nya (keputusan pembelian). Perhitungan statistik F dari ANOVA dilakukan dengan membandingkan nilai kritis yang diperoleh dari tabel distribusi F pada tingkat signifikan tertentu. Adapun rumusan hipotesis yang dibuat sebagai berikut:

$H_{03}$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.

$H_{a3}$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.

Sebagai pembanding 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 untuk mencari nilai F tabel yaitu:

$$(df = k-1) = df1 = 3-1 = 2 \text{ dan } (df2 = n - k) = 37 - 3 = 34$$

Maka dengan signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh  $F_{tabel}$  dari 34 = 3,280 dari tabel statistik. Berikut adalah hasil uji ANOVA atau uji F:

**Tabel 13: Hasil Uji Simultan (Uji F) Antara Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.543	2	6.772	23.736	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	9.700	34	.285		
	Total	23.243	36			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau ( $23,736 > 3,280$ ) dan diperkuat dengan signifikansi  $< 0,05$  atau ( $0,001 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.

### 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 harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan hasil-hasil dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hubungan antara harga dan keputusan pembelian umumnya bersifat negative di mana semakin tinggi harga suatu produk, semakin rendah kemungkinan konsumen untuk membelinya, dan sebaliknya. Namun harga tidak semuanya memiliki pengaruh yang negative terhadap keputusan pembelian, hal ini sering terjadi kenaikan harga karena memang bahan baku atau kondisi tertentu mengharuskan produk hatganya naik sehingga konsumen tidak terlalu memperhatikan aspek tersebut.

Berdasarkan hasil analisis, variabel penelitian harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dibuktikan hasil uji  $t_{hitung} = 5,009$  sedangkan  $t_{tabel} = 1,690$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{o1}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Kambali, I., Syarifah, A., (2022) dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian adalah positif dan signifikan, yang berarti semakin baik kualitas suatu produk, semakin besar kemungkinan konsumen akan membelinya. Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan minat dan keyakinan konsumen, sehingga mereka tidak ragu untuk melakukan pembelian, meskipun terkadang harga menjadi pertimbangan.

Berdasarkan hasil analisis, variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dibuktikan hasil uji  $t_{hitung} = 5,911$  sedangkan  $t_{tabel} = 1,690$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{o2}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Feriyansyah dan Venanza (2021) dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil uji Anova diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(23,736 > 3,280)$  dan juga diperkuat dengan nilai signifikan  $< 0,05$  atau  $(0,000 < 0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Haque, M.G. (2020) dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil uraian pada setiap bab sebelumnya, dan dari hasil analisa serta pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $(5,009 > 1,690)$  dan juga diperkuat dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Maka  $H_{a1}$  diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.
2. Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $(5,911 > 1,690)$  dan juga diperkuat dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Maka  $H_{a2}$  diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.
3. Harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(23,736 > 3,280)$  dan juga diperkuat dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Maka  $H_{a3}$  diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Martha Inti Persada di Tangerang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38-51.
- Alfarizi, M., & Husain, B. A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Medis. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(1), 120-135. doi:10.33753/jee.v5i1.950
- Anggraeni, D., & Dzulhilmi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi Kecantikan di Tangerang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 16(1), 45-60. doi:10.5555/jmpm.v16i1.1250
- Arief, M., & Puspita, S. (2022). Peran Harga dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Alat dan Bahan Medis Estetik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 80-95. doi:10.24815/jbm.v14i1.850
- Astrid Widia Maharani, H. Hastono (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Reseller Online Shop pada PT. Sanita Sukses Mandiri di Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis* 1(1),214-223.
- Azhari, R., & Gunawan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Teknis terhadap Kepuasan dan Keputusan Pembelian Dokter Spesialis Kulit. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(3), 510-525. doi:10.21776/ub.jam.2021.019.03.18
- Diana, L., & Fajar, R. (2023). Dampak Kualitas Produk dan Inovasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Industri Estetik Medis. *Jurnal Ilmu Komunikasi Bisnis*, 13(1), 25-40. doi:10.25208/jikb.v13i1.950
- Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2012) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian Handphone Oppo di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 44-53..
- Fitriani, R., & Santoso, B. (2022). Analisis Perbandingan Harga dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Klinik Kecantikan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 150-165. doi:10.24815/jab.v11i2.1550

- Handayani, T., & Subagyo, S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) terhadap Keputusan Pembelian Produk *Dermacosmetic* oleh Tenaga Medis. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(4), 110-125. doi:10.33408/jmp.v15i4.2550
- Haryanto, T., & Susilo, J. (2021). Pengaruh Sertifikasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Dokter dalam Memilih Brand *Skincare*. *Jurnal Manajemen Transportasi dan Logistik*, 8(3), 45-60. doi:10.5555/jmtl.v8i3.820
- Irawan, J., & Lestari, S. (2024). Pengaruh Kebijakan Harga Grosir dan Kualitas Bahan Aktif terhadap Keputusan Pembelian Klinik Kecantikan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 28(1), 70-85. doi:10.32502/jeb.v28i1.1850
- Krisnaldy, K., & Senen, S. (2020). Analisis Hubungan Harga Terhadap Ekspektasi Kualitas pada Produk Perawatan Kulit Premium. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 12(3), 10-25. doi:10.24815/jbe.v12i3.1050
- Mulyadi, A., & Widodo, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan Distributor terhadap Keputusan Pembelian Tenaga Medis. *Jurnal Teknik Industri*, 6(1), 20-35. doi:10.30656/jti.v6i1.650
- Nurjanah, L., & Sari, D. P. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas dan Keputusan Pembelian Kembali Produk *Chemical Peeling*. *Jurnal Pemasaran Modern*, 15(3), 85-100. doi:10.5555/jpm.v15i3.1250
- Nurjaya Nurjaya, Nur Imam Dutawaskita, Heri Erlangga, H Hastono, Denok Sunarsi (2012). Pengaruh Personal Selling Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada PT Lautan Surga Di Jakarta. *Jurnal Tadbir Peradaban* 2(1),80-92.
- Prasetyo, E., & Wijaya, T. (2019). Analisis Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Distributor Farmasi. *Jurnal Informatika Bisnis*, 9(1), 30-45. doi:10.32502/jib.v9i1.550
- Pratiwi, A., Junaedi, D, & Prasetyo, A. (2020) Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 150-160.
- Rahayu, F., & Dewi, R. (2023). Pengaruh Testimoni Profesional dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Medis di Kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(1), 100-116. doi:10.24912/jeb.v26i1.1550
- Simanjuntak, H. A., & Siregar, M. A. (2020). Dampak Ketersediaan Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Estetik. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 7(3), 15-30. doi:10.31536/jst.v7i3.1050
- Yossy Wahyu Indrawan, H Hastono, Yanurianto Yanurianto (2022). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Surganya Motor Indonesia (Planet Ban) Cabang Pamulang, Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*.