

Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah

Syaiful Syahri¹, Dita Marisa Putri^{2✉}, Syahyuni³

Universitas Tridinanti, Palembang.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada komplek Spring Hill Palembang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pembagian kuesioner kepada 36 orang pelanggann sebagai sampel. Teknik yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier berganda yang di olah menggunakan bantuan program komputer Statistical Product and Service Solution (SPSS) 22.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada komplek Spring Hill Palembang, yang ditunjukkan dengan model regresi $Y = 1,914 + 0,216x_1 + 0,618x_2 + e$. Variabel Harga X_1 berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,216, variabel Kualitas Produk X_2 berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,618 dan juga menghasilkan nilai konstanta 1,914. Koefisien korelasi (r) sebesar 0,992 dan koefisien determinasi Ajusted (R square) sebesar 0,984. Nilai tersebut dapat di tafsirkan bahwa besarnya hubungan antara Harga X_1 dan Kualitas Produk X_2 sebesar 98,40% dan mempunyai pengaruh yang signifikan dengan variabel Keputusan Pembelian Y . sedangkan sisanya sebesar 1,60% dijelaskan.

Kata kunci: Harga; kualitas produk; keputusan pembelian

The Influence of price and product quality on home purchase decisions

Abstract

This study aims to determine the effect of Price and Product Quality on Home Purchase Decisions at the Spring Hill Palembang complex. The data used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to 36 customers as samples. The technique used is multiple linear regression analysis which is processed using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) 22.0 computer program. The results showed that there was a significant effect of price and product quality variables on house purchasing decisions at the Spring Hill Palembang complex, as indicated by the regression model $Y = 1.914 + 0.216x_1 + 0.618x_2 + e$. Price variable X_1 has a positive and significant effect of 0.216, Product Quality variable X_2 has a positive and significant effect of 0.618 and also produces a constant value of 1.914. The correlation coefficient (r) is 0.992 and the Ajusted determination coefficient (R square) is 0.984. This value can be interpreted that the magnitude of the relationship between Price X_1 and Product Quality X_2 is 98.40% and has a significant influence on the Purchase Decision variable Y . While the remaining 1.60% is explained.

Key words: Price; product quality; purchase decision

PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya dunia usaha yang tidak lepas dari persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk selalu kreatif dan berinovasi untuk dapat bertahan. Akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk di perhatikan, dimiliki, dipakai sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Setiap produk harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk lainnya. Keunggulan ini dapat memberikan nilai yang tinggi terhadap konsumen, dalam pencapaiannya nilai tersebut dapat dilakukan dengan menanamkan kualitas produk yang kuat terhadap konsumen. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh.

Di dalam mengembangkan sebuah produk, produsen harus menentukan mutu yang akan mendukung posisi produk di pasaran. Oleh karena itu perusahaan perlu merencanakan strategi pemasarannya sehingga dapat mengembangkan sebuah produk. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli.

Dalam hal ini penjual harus dapat memberikan kualitas produk yang baik. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, orang memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka dengan produk. Produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Maka dari itu dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan konsumen.

Harga juga memainkan peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari produk tersebut. Dengan kesediaan petunjuk-petunjuk yang bersifat nyata, konsumen mengasosiasikan harga yang tinggi pula. Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat. Jadi untuk dapat bertahan dan mencapai tujuan perusahaan yang bersifat umum yaitu laba, maka perusahaan perlu memperhatikan kualitas produk atau jasanya agar konsumen merasa puas, jadi disini “ nilai “ kualitas dipandang dari sisi puas atau tidaknya konsumen.

METODE

Rancangan Penelitian

Pendekatan ilmu dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan ilmu manajemen pemasaran dan secara khusus ditunjukkan pada harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan besarnya pengaruh dan keeratan hubungan ketiga variabel diatas. Dalam pelaksanaan penelitian ini ada dua bentuk penelitian yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Mengingat salah satu metode penelitiannya adalah metode kuantitatif maka teknik analisis yang digunakan adalah model linier berganda, perhitungan koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan hipotesis dengan level of significant sebesar 0,05 (5%).

Sedangkan informasi data dari objek penelitian dikumpulkan melalui data primer, yaitu observasi, interview, kuesioner kemudian data sekunder sebagai data tambahan yang penulis dapatkan dari berbagai sumber, seperti studi kepustakaan dan literatur-literatur yang tentunya dengan masalah yang diteliti.

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen dan variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, dilakukan uji coba instrumen dengan sampel sebanyak 36 orang sebagai responden. Kuesioner yang telah disiapkan telah diberikan ke 36 responden, jawaban yang telah diberikan oleh responden sebagai sampel dalam penelitian ini, akan diuji validitas datanya. Proses validitas dilakukan terhadap butir-butir pernyataan, dilakukan dengan membandingkan hasil perhitungan r product moment dengan nilai $r_{tabel} = n - 2$ ($36 - 2 = 34$), nilai r_{tabel} uji dua sisi

dengan taraf nyata (α) = 5% dan $n = 34$ yaitu 0.329. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir instrumen dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ butir instrumen dinyatakan tidak valid.

Uji Validitas Harga (X1)

Perhitungan dalam uji validitas dilakukan menggunakan korelasi dengan bantuan paket program SPSS versi 22.0. Hasil Uji Validitas dari 9 item pernyataan untuk mengukur variabel Harga dari 36 responden yang diteliti terlihat pada tabel dibawah ini

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)

Reliabilitas diukur dengan uji statistik cronbach's alpha (α). Suatu variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach's alpha > 0.6 . Hasil uji reliabilitas Variabel Harga (X1) dengan menggunakan SPSS versi 22.0. yaitu dengan hasil:

Tabel 1.

Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,928	9

Hasil uji reliabilitas di dapat nilai Cronbach's alpha sebesar $0.928 > 0.6$, karena nilai diatas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel dan dapat dijadikan alat ukur di analisis selanjutnya.

Analisis Regresi Linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi antara dua atau lebih variabel yang diteliti, yaitu variabel independen (Variabel Harga dan Kualitas Produk) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22.0. yaitu dengan hasil:

Tabel 2.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
	(Constant)	1,914	,703		2,724	,004
1	Harga	,216	,067	,223	3,229	,003
	Kualitas_Produk	,618	,055	,778	11,273	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Hasil perhitungan menunjukkan koefisien regresi untuk variabel Harga (X1) sebesar 0,216, Kualitas Produk (X2) sebesar 0,618. Sedangkan nilai konstanta sebesar 1,914. Nilai persamaan regresi linier berganda adalah :

$$Y = 1,914 + 0,216X_1 + 0,618X_2 + e$$

Nilai persamaan regresi dapat diinterpretasi sebagai berikut:

Y merupakan Variabel Keputusan Pembelian.

Konstanta sebesar 1,914 artinya jika Harga dan Kualitas Produk nilainya sama dengan nol maka Keputusan Pembelian sebesar 1,914.

Koefisien Variabel Harga (X1) sebesar 0,216 bernilai positif menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan skor Harga akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,216 dengan menjaga skor variabel lain tetap/konstan.

Koefisien variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0,618 bernilai positif menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan skor Kualitas Produk akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,618 dengan menjaga skor variabel lain tetap/konstan.

Koefisien Korelasi

Hasil analisis statistik yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0. Koefisien Korelasi Product Moment menunjukkan hal sebagai berikut :

Tabel 3.
Hasil Uji Koefisien Korelasi
Correlations

		Harga	Kualitas_Produk	Keputusan_Pembelian
Harga	Pearson Correlation	1	,950**	,962**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	36	36	36
Kualitas_Produk	Pearson Correlation	,950**	1	,990**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	36	36	36
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	,962**	,990**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	36	36	36

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Interprestasi dari tabel diatas adalah:

Korelasi antara Harga (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,962. Artinya hubungan antara Harga (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y) kuat dan bersifat positif (Searah). Jika skor Harga meningkat maka skor Keputusan Pembelian juga meningkat, begitu juga sebaliknya.

Korelasi antara Kualitas Produk (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,990 Artinya hubungan antara Kualitas Produk (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y) kuat dan bersifat positif (Searah). Jika skor Kualitas Produk meningkat maka skor Keputusan Pembelian juga meningkat, begitu juga sebaliknya.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi gunanya untuk mengukur seberapa besar pengaruh nilai suatu variabel independen dapat dijelaskan terhadap perubahan variabel dependen. Hasil perhitungan meliputi koefisien korelasi dan koefisien determinasi menunjukkan hal sebagai berikut:

Tabel 4.
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,992a	,985	,984	,824

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan besarnya korelasi (R) variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,992 dan nilai koefisien determinasinya Adjusted R Square sebesar 0,984. Hal ini berarti 98,40% variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan atau dipengaruhi bersama-sama oleh Harga dan Kualitas Produk. Sedangkan sisanya 1,60% (100%-98,40%) dijelaskan.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (Harga dan Kualitas Produk) berpengaruh terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian), dilakukan uji hipotesis menggunakan Uji Simultan (Uji F) dan Uji Parsial (Uji t).

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y), hasil uji F dengan menggunakan program komputer SPSS 22 ditunjukkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 5.
 Uji Simultan (Uji F)
 ANOVAa

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1438,123	2	719,061	1057,782	,000b
	Residual	22,433	33	,680		
	Total	1460,556	35			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga

Uji Hipotesis Statistik

H0: $b_1=b_2= 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H1: $b_1\neq b_2\neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kriteria:

H0 diterima, jika signifikan $F \geq 0,05$

H0 ditolak, jika signifikan $F \leq 0,05$

Kesimpulan:

Berdasarkan tabel 5 terlihat bahwa variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai sig F sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y), hasil uji t dengan menggunakan program komputer SPSS 22 yaitu sebagai berikut:

Tabel 6.
 UJI PARSIAL (Uji T)
 Coefficientsa

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1,914	,703		2,724	,004
1	Harga	,216	,067	,223	3,229	,003
	Kualitas_Produk	,618	,055	,778	11,273	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Hipotesis Pertama:

H0: Tidak terdapat pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H1: Terdapat pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Kriteria:

H0 diterima, jika signifikan $t \geq 0,05$

H0 ditolak, jika signifikan $t \leq 0,05$

Kesimpulan:

Dari tabel 6 terlihat bahwa variabel Harga terdapat nilai sig 0,003. Nilai sig t lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,003 < 0,05$. Maka H0 ditolak dan H1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Harga memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian .

Hipotesis Kedua:

H0 : Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Kriteria:

H0 diterima, jika signifikan $t \geq 0,05$

H0 ditolak, jika signifikan $t \leq 0,05$

Kesimpulan:

Dari tabel 6 terlihat bahwa variabel Kualitas Produk terdapat nilai sig 0,000. Nilai sig t lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian statistik yang dilakukan dengan SPSS 2.2 yang meliputi Uji Validitas dan Reliabilitas, Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, prediksi yang menunjukkan interpretasi hasil analisis tersebut adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian yang telah diolah melalui program SPSS 22 menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada kompleks Spring Hill Palembang, yang ditunjukkan dengan model regresi $Y = 1,914 + 0,216x_1 + 0,618x_2 + e$. Variabel Harga X_1 berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,216, variabel Kualitas Produk X_2 berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,618 dan juga menghasilkan nilai konstanta 1,914.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa hasil Uji F atau uji simultan menjelaskan bahwa variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai sig F sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Artinya terdapat pengaruh signifikan Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa hasil Uji T atau uji Parsial menjelaskan bahwa variabel Harga memiliki nilai sig 0,003. Nilai sig t lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,003 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa Harga memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan variabel Kualitas Produk memiliki nilai sig 0,000. Nilai sig t lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut Terdapat pengaruh signifikan variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara simultan atau bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari tabel Uji F dapat dilihat bahwa nilai F adalah 1057,782 dan nilai sig F adalah 0,000. Dari nilai taraf signifikan tersebut berarti $\text{sig } F \leq 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y). terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari analisis regresi linier berganda dapat dilihat bahwa untuk variabel Harga (X_1) nilai $t = 3,229$ dan nilai sig 0,003. Dari nilai taraf signifikan tersebut berarti $\text{sig } t \leq 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh secara parsial variabel Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari analisis regresi linier berganda dapat dilihat bahwa untuk variabel Kualitas Produk (X_2) nilai $t = 11,273$ dan nilai sig 0,000. Dari nilai taraf signifikan tersebut berarti $\text{sig } t \leq 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh secara parsial variabel Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,984. Nilai tersebut dapat ditafsirkan bahwa besarnya hubungan antara Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan dengan variabel Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan sisanya sebesar 0,16 dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, F. H. N. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Rama Widya.
- Gracetiam, S. R. (2014). *Pengaruh Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Karpet pada CV. Natural Palembang*. Universitas Bina Darma.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 31–48. <https://doi.org/10.1234/jeb17.v1i01.635>
- Ira, M. M. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Pembelian Pakaian Nevada di PT. Matamhari Departement Store IP Palembang*. Universitas Tridinanti Palembang.
- Lupioyadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugraha, M. N. S., & Rahardjo, M. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan. Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Sutrisno. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Tony, W. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Zulian, Y. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.