

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GROSIR SEMBAKO IBU INDAH DI DESA RAMBAH TENGAH HILIR

Atles Wulandari¹, Arfianti Novita Anwar², Sherliyana Anggraini³

^{1,2,3} Universitas Pasir Pengaraian

Email : Atles3658@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to: 1) Analyze the effect of price on purchasing decisions at the Ibu Indah grocery wholesaler in Rambah Tengah Hilir Village, 2) To analyze the effect of product quality on purchasing decisions at the Ibu Indah grocery wholesaler in Rambah Tengah Hilir Village. Based on the type of data and analysis, this study uses a quantitative research type, which explains the causal relationship between variables through testing previously formulated hypotheses. The location of this research was conducted at the Ibu Indah grocery wholesaler in Rambah Tengah Hilir Village in December 2024. The data collection technique in this study used the accidental sampling technique. Data collection for this study used a questionnaire with 96 respondents. The data collection method uses primary and secondary data. The results of the study show that the price and product quality variables have a significant influence simultaneously on purchasing decisions.

Keywords : Price, Product Quality, Purchasing Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: 1) Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada grosir sembako ibu Indah di Desa Rambah Tengah Hilir, 2) Untuk Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada grosir sembako ibu Indah di Desa Rambah Tengah Hilir. Berdasarkan dari jenis data dan analisisnya penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yang menjelaskan hubungan kausal diantara variabel – variabel melalui pengujian hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Lokasi penelitian ini dilakukan pada grosir sembako ibu Indah di Desa Rambah Tengah Hilir pada bulan Februari 2025. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengambilan data penelitian ini menggunakan koesioner dengan 96 responden. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Pada kehidupan saat ini, banyak perubahan yang menciptakan berbagai kebutuhan dan keinginan yang semakin bervariasi serta setiap individu pasti memiliki kebutuhan dan keinginannya masing-masing. Terdapat tiga jenis kebutuhan manusia di antaranya kebutuhan utama, kebutuhan tambahan dan kebutuhan lanjutan. Kebutuhan utama dimana khususnya pada pangan yang merupakan hal mendasar bagi keberlangsungan kehidupan manusia mencakup berbagai jenis bahan makanan yang sangat diperlukan untuk memenuhi gizi dan energi. Kebutuhan pangan terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Dan saat ini, dunia menghadapi berbagai tantangan dalam pemenuhan kebutuhan pangan, di antaranya perubahan harga, ketergantungan pada barang impor, hingga perubahan cuaca (Pingali, 2021).

Salah satu bentuk kebutuhan pangan yang penting bagi kehidupan manusia ialah sembako (sembilan bahan pokok) terdiri dari beras, gula, minyak goreng, telur, tepung terigu, susu, daging, ikan, serta sayuran. Sebagai bagian dari kebutuhan pokok, sembako memiliki dampak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat, kestabilan sosial dan pertumbuhan ekonomi. Sembako adalah unsur penting dalam kehidupan sehari-hari karena bahan utama yang dikonsumsi oleh manusia (Nissa, 2023). Selain itu, sembako menjadi salah satu prioritas utama dalam kebijakan pemerintah seperti program bantuan yang berfokus untuk membantu masyarakat kurang mampu, pandemi dan bencana alam.

Pada dunia usaha perdagangan bidang UMKM persaingan semakin besar, dimana pelaku usaha yang semakin banyak menjalankan bisnisnya pada bidang yang sama. Hal ini terjadi karena banyaknya permintaan pasar yang di sebabkan oleh pertumbuhan penduduk, perpindahan penduduk dan persaingan dalam bisnis sembako (Elvi, 2023).

Grosir Sembako Ibu Indah merupakan toko sembako yang banyak menjual berbagai kebutuhan masyarakat yang berkembang di Desa Rambah Tengah Hilir. Toko sembako yang awalnya hanya menjual sedikit barang dan dimulai dengan modal kecil kemudian fokus pada kebutuhan masyarakat sekitar seperti beras, gula, minyak goreng dan bumbu dapur. Seiring berjalannya waktu, toko sembako Ibu Indah menambah jenis barang yang di jual berdasarkan permintaan pelanggan dan keuntungan yang diperoleh. Dengan bertambahnya pelanggan toko sembako Ibu Indah mulai menambah stok barang dalam jumlah yang lebih besar untuk meningkatkan harga grosir yang murah dan dapat di jual kembali kepada pengecer atau konsumen yang membeli dalam jumlah banyak. Dampak dari perkembangan toko sembako Ibu Indah ini ialah dimulai dari harga dan kualitas produk yang kompetitif sehingga pelanggan atau pengecer tertarik untuk belanja di grosir tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Kotler, (2012) menyatakan bahwa Strategi penetapan harga dapat digunakan untuk menentukan harga akhir dengan memasukkan unsur-unsur seperti rencana penetapan harga korporat, yang memberikan target harga kepada tenaga penjual agar sesuai dengan keinginan pelanggan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan, dan penetapan harga psikologis, di mana harga ditafsirkan oleh pelanggan sebagai indikator kualitas. Menurut Kotler dan Armstrong, (2013) harga adalah biaya yang harus dikeluarkan pembeli untuk menikmati keuntungan dari memiliki atau memanfaatkan suatu komoditas atau jasa.

Prawirosentono (2014), mendefinisikan kualitas produk sebagai karakter, fungsionalitas, dan keadaan fisik barang yang dimaksud yang dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen dengan tetap menjaga nilai investasi. Kotler dan Keller (2016), mendefinisikan kualitas produk sebagai kapasitas keseluruhan produk untuk memenuhi tujuan yang dimaksudkan, termasuk kebenaran, ketergantungan, dan daya tahan. Agar dapat memuaskan klien dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian ulang, pelaku usaha harus mampu meningkatkan kualitas produk dan jasa yang mereka hasilkan. Kotler (2021), mendefinisikan pilihan pembelian sebagai tindakan yang diambil oleh pembeli, mulai dari mengidentifikasi masalah mereka, meneliti merek atau barang tertentu, dan mempertimbangkan setiap alternatif untuk melihat seberapa efektif alternatif tersebut dapat mengatasi masalah tersebut. Menurut Tjiptono (2014), konsumen pada akhirnya membuat keputusan pembelian, khususnya prosedur dan teknik yang digunakan orang atau organisasi untuk memilih barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan mereka.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif dengan pengambilan populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat dan konsumen yang pernah membeli di Grosir Sembako Ibu Indah Di Desa Rambah Tengah Hilir. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel penelitian yang ukuran populasinya tidak diketahui. Kemudian, analisis deskriptif kualitatif sampel penelitian berjumlah 96 orang. Teknik pengambilan Pengumpulan data menggunakan Kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif menggunakan rumus TCR (tingkat capaian responden) dalam mengukur nilai variabel mandiri untuk mengetahui pengaruh variabel kelengkapan produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada gorsir Alni Desa Rambah Hilir Timur. Kemudian peneliti juga melakukan analisis deskriptif kualitatif untuk memperdalam data kuantitatif Pengolahan data menggunakan program SPSS ver.30.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu swalayan di Desa Rambah Tengah Hilir, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau, adalah Grosir Sembako Indah. Seorang pengusaha merintis usaha penjualan barang kebutuhan sehari-hari pada awal tahun 2011 yang menyediakan berbagai

kebutuhan pokok masyarakat. Usaha ini dimiliki oleh Bapak Apri dan istrinya, Ibu Indah, yang mampu memanfaatkan kebutuhan warga Desa Rambah Tengah Hilir yang terus meningkat. Pada awalnya, toko kelontong ini hanya menyediakan beberapa kebutuhan pokok sehari-hari.

Namun, seiring berjalannya waktu, Toko Kelontong Ibu Indah memperluas lini produknya untuk memenuhi permintaan pelanggan yang terus meningkat. Toko kelontong Ibu Indah mulai menyediakan lebih banyak barang dalam jumlah yang lebih banyak karena semakin banyaknya pelanggan. Oleh karena itu, Grosir Sembako Indah berdiri pada tahun 2015 oleh Bapak Apri dan istrinya, Ibu Indah. Nama ini diambil dari nama Indah, istri Bapak Apri.

Indikator Harga

Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X1)

Item	SS	S	N	TS	STS	N	SKOR	MEAN	TCR	%	Ket
	5	4	3	2	1						
X1.1	39	44	8	4	1	96	404	4.208	0.808	80.8	Baik
X1.2	26	52	16	2	0	96	390	4.063	0.788	78.8	Baik
X1.3	30	41	18	5	2	96	380	3.958	0.762	76.2	Baik
X1.4	26	38	20	12	0	96	366	3.813	0.732	73.2	Baik
X1.5	23	41	17	13	2	96	358	3.729	0.716	71.6	Baik
X1.6	20	43	27	6	0	96	365	3.802	0.730	73.0	Baik
Total									0,752	75.2	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2025 (SPSS ver.30)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 96 responden, didapatkan penilaian tentang variabel Harga. Berdasarkan dari total rata – rata TCR didapatkan item pertama memiliki nilai rata – rata tertinggi yaitu Harga produk yang dijual Grosir sembako Ibu Indah terjangkau yaitu sebesar 80.8%. Hal ini menunjukkan Grosir Ibu Indah mampu menerapkan harga yang terjangkau untuk pelanggannya. Penilaian variabel Harga secara keseluruhan memiliki nilai rata – rata TCR sebesar 75.2 %. Nilai rata –rata TCR tersebut menunjukkan bahwa Harga memiliki kategori penilaian yang baik.

Indikator Kualitas Produk

Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2)

Item	SS	S	N	TS	STS	N	SKOR	MEAN	TCR	%	Ket
	5	4	3	2	1						
X2.1	32	39	16	9	0	96	382	3.979	0.764	76.4	Baik
X2.2	31	41	23	1	0	96	390	4.063	0.783	78.3	Baik
X2.3	30	39	26	1	0	96	386	4.021	0.772	77.2	Baik
X2.4	28	43	22	3	0	96	384	4.000	0.768	76.8	Baik
X2.5	33	39	16	8	0	96	385	4.010	0.773	77.3	Baik
X2.6	34	36	24	2	0	96	390	4.063	0.783	78.3	Baik
X2.7	31	40	23	2	0	96	388	4.041	0.776	77.6	Baik
Total									0.773	77.3	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2025 (SPSS ver.30)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 96 responden, didapatkan penilaian tentang variabel Kualitas Produk. Berdasarkan dari total rata – rata TCR didapatkan item pertama memiliki nilai rata – rata tertinggi yaitu Produk Grosir Ibu Indah sesuai dengan spesifikasi yang ada dideskripsi atau katalog yaitu sebesar 78.3%. Hal ini menunjukkan Grosir Ibu Indah mampu menerapkan Kualitas Produk yang Berkualis serta memuaskan untuk pelanggannya. Penilaian variabel Kualitas produk secara keseluruhan memiliki nilai rata – rata TCR sebesar 77.3 %. Nilai rata –rata TCR tersebut menunjukkan bahwa Harga memiliki kategori penilaian yang baik.

Indikator Keputusan pembelian

Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan pembelian (Y)

Item	SS	S	N	TS	STS	N	SKOR	MEAN	TCR	%	Ket
	5	4	3	2	1						
Y1	30	41	16	9	0	96	380	3.958	0.729	72.9	Baik
Y2	31	41	23	1	0	96	390	4.063	0.748	74.8	Baik
Y3	30	36	29	1	0	96	383	3.989	0.735	73.5	Baik
Y4	28	41	20	7	0	96	378	3.937	0.725	72.5	Baik
Y5	31	42	15	8	0	96	384	4.000	0.737	73.7	Baik
Y6	32	35	27	2	0	96	385	4.010	0.739	73.9	Baik
Total									0.736	73.6	Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2025 (SPSS ver.30)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 96 responden, didapatkan penilaian tentang variabel Keputusan Pembelian. Berdasarkan dari total rata – rata TCR didapatkan item pertama memiliki nilai rata – rata tertinggi yaitu Pelanggan tetap berbelanja di Grosir Sembako Ibu Indah meskipun ada toko lain yang lebih dekat dari rumah yaitu sebesar 74.8%. Hal ini menunjukkan Grosir Ibu Indah mampu memberikan Keputusan Pembelian yang baik dari pelanggannya. Penilaian variabel Keputusan Pembelian secara keseluruhan memiliki nilai rata – rata TCR sebesar 73.6 %. Nilai rata –rata TCR tersebut menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian memiliki kategori penilaian yang baik.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Y
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	32.20
	Std. Deviation	5.108
Most Extreme Differences	Absolute	.138
	Positive	.138
	Negative	-.107
Kolmogorov-Smirnov Z		.755
Asymp. Sig. (2-tailed)		.649

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah, 2025.SPSS 30

Dari hasil perhitungan didapat nilai sig. sebesar 0.649 atau lebih besar dari 0.05. maka ketentuan H0 diterima yaitu bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,049	1,917		1,590	,115		
Harga	,637	,113	,528	5,627	<,001	,472	2,117
Kualitas Produk	,335	,101	,310	3,308	,001	,472	2,117

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah. 2025 (SPSS ver.30)

Berdasarkan tabel diatas berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas :

- a. Tolerance untuk Harga adalah 0.472
- b. Tolerance untuk Kualitas Produk adalah 0.472

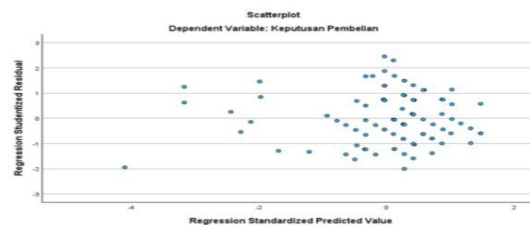
Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance > 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji multikolinieritas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) dengan angka 10. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas :

- a. VIF untuk Harga adalah 2.117
- b. VIF untuk Kualitas Produk adalah 2.117

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinieritas dapat terpenuhi.

c. Heteroskesatisitas



Gambar 4. 1

Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olahan SPSS ver.30 2025

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa diagram tampilan scatterplot menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam

homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Regresi Linear Berganda

Hasil Regresi Linear

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,049	1,917		1,590	,115
Harga	,637	,113	,528	5,627	<,001
Kualitas Produk	,335	,101	,310	3,308	,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah, 2025 (SPSS ver:30)

$$Y = 3.049 + 0.637X_1 + 0.335X_2$$

Yang berarti :

1. Nilai konstanta Keputusan Pembelian (Y) sebesar 3.049 yang menyatakan jika variabel X_1 , X_2 sama dengan 0 yaitu Harga dan Kualitas Produk maka Keputusan Pembelian adalah sebesar 3.049.
2. Koefisien regresi b_1 sebesar 0.637, artinya semakin baik Harga (X_1) dilakukan maka akan semakin dapat meningkatkan Keputusan Pembelian (Y).
3. Koefisien regresi b_2 sebesar 0.335, artinya semakin baik Kualitas Produk (X_2) dilakukan maka akan semakin dapat meningkatkan Keputusan Pembelian (Y).

Pengujian Hipotesis

1. Koefisien Determinasi

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 ^a	,613	,605	1,73205

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah, 2025 (SPSS ver:30)

Dari analisis pada Tabel 4.12, diperoleh hasil *adjusted R*² (koefisien determinasi) sebesar 0,605. Artinya bahwa 60,5% variabel Keputusan Pembelian akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2). Sedangkan sisanya 39,5% variabel Keputusan Pembelian akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil dari data diatas telah memenuhi kriteria dari koefisien determinasi.

2. Uji Parsial (T)

Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,049	1,917		1,590	,115
Harga	,637	,113	,528	5,627	<,001
Kualitas Produk	,335	,101	,310	3,308	,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah, 2025 (SPSS ver.30)

Pengujian Hipotesis pertama

H1 : $\beta \neq 0$: Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil t test antara X_1 (Harga) dengan Y (Keputusan Pembelian) menunjukkan $t_{hitung} = 5.627$ Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; db residual = 96) adalah sebesar 1,986. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5.627 > 1,986$ atau nilai sig t ($0,004$) $< \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (Harga) terhadap Keputusan Pembelian adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi secara signifikan oleh harga atau dengan terjangkaunya Harga maka Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan secara nyata.

Pengujian Hipotesis Kedua

H2 : $\beta \neq 0$: Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil t test antara X_2 (Kualitas Produk) dengan Y (Keputusan Pembelian) menunjukkan $t_{hitung} = 3.308$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; db residual = 96) adalah sebesar 1,986. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.308 > 1,986$ atau nilai sig t ($0,000$) $< \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (Kualitas Produk) terhadap Keputusan Pembelian adalah signifikan pada α 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Keputusan pembelian dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Kualitas Produk atau dengan meningkatkan Kualitas Produk maka Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan secara nyata.

3. Uji simultan (F)

Uji Signifikan Simultan (Uji f)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	442,334	2	221,167	73,722	<,001 ^b
Residual	279,000	93	3,000		
Total	721,333	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber: Data Primer Diolah, 2025 (SPSS ver.30)

Berdasarkan Tabel 4.14 didapatkan F_{hitung} sebesar 73.722 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($73.722 > 1.986$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bahwa variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

PEMBAHASAN

Sejalan dengan penelitian ini penulis mengambil sebanyak 96 orang yang telah menjadi responden. Uji Instrumen dari penelitian yang terdiri atas uji validitas dan uji realibilitas, hasil yang diperoleh yaitu uji validitas dengan nilai signifikansi lebih besar dari r tabel yang berarti tiap – tiap item variabel adalah valid, sehingga disimpulkan bahwa item – item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variable penelitian. Dilanjutkan dengan uji reliabilitas dengan menggunakan *alpha cronbach* yang dimana setiap variable ditemukan sudah reliabel karena nilai dari *alpha cronbach* lebih besar dari 0,5. Uji asumsi klasik yang menjadi pengujian berikutnya, uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Dimulai dari uji normalitas, dapat dilihat pada table Hasil Uji Normalitas yang dimana pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnof, dengan nilai signifikan yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang artinya *unstandardized* terdistribusi normal. Kemudian uji kedua yaitu uji Multikolinearitas dengan nilai tolerance masing – masing variabel lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variable bebas.

Uji ketiga yaitu uji heteroskedastisitas dengan hasil yang menggunakan diagram *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa ragam homogen (*konstan*) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Metode Penelitian yang digunakan adalah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan hasil temuan dalam tabel persamaan regresi. Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian memiliki arah positif, yang apabila Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) mengalami kenaikan maka akan menyebabkan meningkatnya Keputusan Pembelian (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Harga dapat mendorong terjadinya keputusan pembelian secara signifikan terhadap keputusan pembelian. pada Grosir Sembako Ibu Indah Di Desa Rambah Tengah Hilir.

2. Kualitas produk dapat mendorong terjadinya keputusan pembelian secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Grosir Sembako Ibu Indah Di Desa Rambah Tengah Hilir.
3. Berdasarkan hasil didapatkan bahwa variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Grosir Sembako Ibu Indah Di Desa Rambah Tengah Hilir.
4. Variabel Harga mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya, maka variabel harga mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian pada Grosir Sembako Ibu Indah Di Desa Rambah Tengah Hilir.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Grosir maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Diharapkan pihak Grosir sembako dapat mempertahankan harga yang telah ditetapkan, karena variabel harga mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya yaitu dengan memberikan diskon pada pembelian produk dengan jumlah tertentu, atau membuat suatu kartu dengan berbagai fungsi (kartu member) sehingga keputusan pembelian akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*. (online), Jilid 3, No.1. 44–53. <https://doi.org/10.52005/Aktiva.V3i1.130>
- Atika Kartikasari, A. (2019). The Influence Of Product Quality, Service Quality And Price On Customer Satisfaction And Loyalty. *Asian Journal Of Entrepreneurship And Family Business*. (Online), Jilid 3, No.1. 49–64.
- Bisnis, J., Image, P. B., Rasa, C., Harga, P., Pelayanan, K., Situmorang, D. F., Mandu, D. I., & Afrisa, M. R. (2024). Pengaruh Brand Image, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *jurnal manajemen dan akuntansi*. (Online), jilid 2, No.2. 339–347.
- Buccieri, D., & Park, J. E. (2022). Entrepreneurial Marketing And Reconfiguration Towards Post-Entry Performance: Moderating Effects Of Market Dynamism And Entry Mode. *Journal Of Business Research*. (Online), jilid 1, No 2. 89. <https://doi.org/10.1016/J.Jbusres.2022.04.053>

- Dani, E. R., Safri, H. S., & Hendry, R. S. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Belanja Kebutuhan Di Grosir Sembako Ibu Ervina Kelurahan Aek Paing Tengah. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*. (Online), jilid 7, No.1. 1810–1823. <https://doi.org/10.31539/Costing.V7i1.7246>
- Dewi Widhy Asti, Hasbiah, S., & Wardhana Haeruddin, M. I. (2022). The Influence Of Price And Product Quality On Product Purchasing Decisions At Pt Intan Pariwara. *Journal Of Scientific Research, Education. (Online) And Technology (Jsret)*. (Online). Jilid 1, No.2. <https://doi.org/10.58526/Jsret.V1i2.32>
- Ghozali, I. (2011). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ud. Rizky Barokah Di Balongbendo. In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/Jpkpk.V7i3.41049>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *jurnal Productivity*. (Online), jilid 2. No.1, 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Keizai*. jurnal manajemen bisnis. (Online), jilid 3, No.2. 3826–3833. <https://doi.org/10.56589/Keizai.V3i2.292>
- Ikhwan, & Kartini Aprianti. (2023). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Hokky Mart Bima. *Journal Intelektual*. (Online), jilid 2, No.2, 205–212. <https://doi.org/10.61635/Jin.V2i2.155>
- Jasmine, K. (2014). Kajian Pustaka. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*. jurnal manajemen. (Online), jilid 2, No.1. 9–24.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*. (Online), jilid 2. No.2. 476–490. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i2.326>
- Meidyanto. (2022). *Dimensi Harga*. 1, 8–26.
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*. (Online), jilid 5. No.3. 1171–1184.
- Oktavian, R. F., & Wahyudi, H. (2022). The Influence Of Product Quality And Price On Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. (Online), jilid 6, No.2. 379–392. <https://doi.org/10.36555/Almana.V6i2.1911>
- Puspitasari, D., & Nurmaning, B. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Aksioma : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*. (Online). jilid 1, No.8. 461–472. <https://doi.org/10.62335/Dm8jbf14>
- Sari, D. (2020). Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (Swot) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti. *Pragmatis*. jurnal manajemen bisnis. (Online), jilid 1, No.1. 7. <https://doi.org/10.30742/Pragmatis.V1i1.1052>

- Shopee, K., Kelurahan, D. I., Situbondo, D., & Sari, R. K. (2024). *Rini Kartika Sari*. 3(12), 2335–2345.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. (Online), jilid 18, No.1. 1–14. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.18.1.1-14>
- Yasmita, H., Nasution, J., & Dharma, B. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi Pada Toko Rara Aksesoris. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*. (Online), jilid 20, No.1. 17–26. <http://journal.unas.ac.id/oikonomia/index>