

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAM TANGAN ALEXANDRE CHRISTIE PADA TOKO BESTYLE KENDARI

Oleh:

Adwin¹⁾, Muhammad Zabir Zainuddin²⁾, Suyuti HM³⁾
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sulawesi Tenggara
E-mail: adwinadwin1328@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan *Alexandre Christie* Pada Toko *Bestyle* Kendari, teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang merupakan konsumen toko *Bestyle* Kendari. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 90 Orang, responden tersebut dipilih dengan menggunakan teknik pengambilan accidental sampling atau teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan. Data hasil pengumpulan kuesioner kemudian dilakukan analisis kuantitatif meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji heterokedastisitas, analisis linear berganda, analisis koefisien determinan dan pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f. Berdasarkan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari dengan nilai f hitung sebesar $19,392 > f$ tabel 3.10 dan tingkat signifikannya dari 5% ($0,001 < 0,05$). Harga (X_1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan Kualitas Produk diperoleh nilai t hitung sebesar $3,886 > t$ tabel 1,990 dan Tingkat signifikannya lebih kecil 5% ($0,001 < 0,05$). Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk (X_2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions for Alexandre Christie watches at Bestyle Kendari stores, data collection techniques used by distributing questionnaires to respondents who are consumers of Bestyle Kendari stores. Total of respondents in this study were 90 people, these respondents were selected using accidental sampling techniques or sampling techniques carried out by chance. The data from the questionnaire collection were then subjected to quantitative analysis including validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, multiple linear analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing through t test and f test. Based on multiple linear regression analysis, it shows that Price and Product Quality simultaneously have a positive and significant effect on Purchasing Decisions for Alexandre Christie watch products at Bestyle Kendari Stores with a calculated f value of $19.392 > f$ table 3.10 and a significant level of 5% ($0.001 < 0.05$). Price (X_1) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y) and Product Quality obtained a t value of $3.886 > t$ table 1.990 and the significant level is less than 5% ($0.001 < 0.05$). With this value, it means that partially the Product Quality variable (X_2) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y).

Keyword : Price, Product Quality, Purchase Decision

1. PENDAHULUAN

Alexandre Christie adalah merek jam tangan mewah karena menggunakan teknologi mesin miyota yang terkenal canggih dan dirancang secara pribadi oleh Negara Jepang. Jam tangan *Alexandre Christie* ini memiliki harga mulai dari 500 ribu hingga jutaan rupiah, sehingga harganya jelas tidak mengecewakan kualitasnya (Kurniawati, 2021). Jam *Alexandre Christie* biasanya menggunakan model yang berbeda membuat pelanggannya selalu menantikan kehadiran model terbaru dari merek tersebut. *Alexandre Christie* lebih dikenal sebagai merek jam tangan yang mendukung gaya hidup, bahwa jam tangan *Alexandre Christie* menonjolkan fakta yang dapat dikenakan buat aneka macam acara kegiatan serta jam tangan *Alexandre Christie* sebagai salah satu aksesoris tambahan yang dapat dimiliki karena dianggap mampu untuk menunjukkan *fashion* serta *life style* seseorang.

Kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian (I. G. Rihayana, dkk. 2022). Keputusan pembelian adalah bagian dari sikap konsumen, perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok serta organisasi menentukan, membeli, memakai, dan bagaimana barang, jasa pandangan baru, atau pengalaman buat memuaskan kebutuhan serta keinginan mereka. Pada dasarnya, proses pengambilan keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen akan melalui beberapa tahap yang dianggap menggunakan proses pengambilan keputusan contoh 5 termin, yaitu sosialisasi dilema, pencarian berita, penilaian cara lain, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian (M.A.S.W Hastuti, 2020).

Kenyataan yang terjadi saat ini merupakan sebagian besar responden (58,lima%) menduga bahwa kualitas produk sangat mensugesti keputusan mereka buat membeli. Bahkan, 63,4% responden bersedia membayar lebih untuk menerima produk berkualitas tinggi, Ini menegaskan pentingnya kualitas dalam menarik minat konsumen (Puspita, C. M., et al, 2020). pada penelitian yang lain menandakan fenomena yang sama yakni kualitas produk memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian membagikan bahwa kualitas produk berkontribusi sebanyak 49,5% terhadap keputusan pembelian konsumen, Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung menentukan produk sesuai persepsi mereka terhadap kualitas (Suprayogi, A., et al, 2020).

Kualitas produk adalah faktor kunci dalam keputusan pembelian, konsumen cenderung memilih produk yang berkualitas meskipun harganya lebih tinggi. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap massa pemakaian suatu produk, yang dapat dijelaskan melalui beberapa dimensi kualitas. Berikut adalah beberapa poin penting mengenai korelasi antara kualitas produk serta lama pemakaian: *durability* (daya tahan), *performance* (kinerja), *reability* (keandalan). Kualitas produk secara *holistik*, termasuk daya tahan, kinerja, serta keandalan, sangat mensugesti keputusan konsumen untuk terus memakai produk tersebut. Produk yang berkualitas tinggi tidak hanya memberikan kepuasan ketika digunakan namun jua mengurangi frekuensi penggantian, sehingga menaikkan nilai ekonomis bagi konsumen .

Keputusan pembelian dapat pula dipengaruhi oleh kualitas fisik dan fitur jam tangan. Jika jam tangan *Alexander Christie* memberikan kualitas material yang baik, daya tahan, serta fitur yang diinginkan, mahasiswa mungkin lebih cenderung memilihnya. Desain jam tangan dan gambaran merek dapat memberikan kesan eksklusif terkait dengan gaya hidup aktif atau formal. Masyarakat di Kota Kendari yang ingin memancarkan kesan eksklusif mirip *Update Lifestyle* mungkin memilih jam tangan yang sinkron menggunakan desain serta gaya hidup mereka.

Pada saat ini Toko Bestyle Kendari memberikan berbagai merek dan brand jam tangan populer salah satunya adalah *Alexandre Cristie* .

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Jam Tangan Alexandre Cristie pada toko *Bestyle* Kendari ?
2. Apakah kualitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Jam Tangan Alexandre Cristie pada toko *Bestyle* Kendari ?
3. Apakah harga dan kualitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Jam Tangan Alexandre Cristie pada toko *Bestyle* Kendari ?

1.1 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui harga apakah berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Jam Tangan Alexandre Cristie pada toko *Bestyle* Kendari.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Jam Tangan Alexandre Cristie pada toko *Bestyle* Kendari.
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian produk Jam Tangan Alexandre Cristie pada Toko *Bestyle* Kendari.

2. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Harga

Harga suatu produk mungkin rendah atau tinggi tergantung di karakteristiknya (Musfar, 2020). dari Kotler & Armstrong pada Moch Rizky Alamsyah dan Krido Eko Cahyono (2021) waktu dibandingkan dengan komponen lain asal bauran pemasaran, harga ialah satu-satunya yg membuat uang untuk usaha, unsur bauran pemasaran perusahaan. Jadi, harga melakukan peranan langsung pada menghasilkan nilai pelanggan (Siti Nurhalizah, 2019).

Sedangkan dari Deliyanti Oentoro pada Arief Verensia Octavia (2021) Harga adalah suatu nilai tukar yang mampu disamakan dengan uang atau barang lain buat manfaat yg diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seorang atau kelompok pada saat tertentu dan kawasan eksklusif.

2. Faktor Pertimbangan Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga perlu diketahui berapa besar biaya yang dikeluarkan perusahaan agar dalam menetapkan harga perusahaan tidak mengalami defisit. Setiap perusahaan, *incremental cost*, *opportunity cost*, *controllable cost* dan *replacement cost*. Pada umumnya penetapan harga pada perusahaan kecil dilakukan oleh manajemen puncak, sedangkan pada perusahaan besar ditetapkan oleh divisi atau manajer suatu lini produk. Para pedagang (*salespeople*) dalam pasar industri diperbolehkan untuk bernegosiasi dengan konsumen agar ditetapkan rentang (*range*) harga tertentu. Pihak-pihak yang mempengaruhi penetapan harga adalah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan.

Dalam persaingan suatu industri terdapat 5 kekuatan pokok yang berpengaruh, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Untuk menjabarkan karakteristik persaingan yang akan dihadapi dibutuhkan data data sebagai berikut untuk menjabarkannya :

1. Indikator Harga

- a. Keterjangkauan harga (konsumen dapat menjangkau harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan).

- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk (Harga sering dijadikan sebagai
- c. Kesesuaian harga dengan manfaat produk (Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya).

2. Kualitas Produk

- a. Perbaikan pada produk saat produk rusak atau tidak dapat digunakan lagi.
- b. Gaya menunjukkan wujud produk dan variasi kepada pelanggan.
- c. Desain adalah keseluruhan fitur produk yang mencakup penampilan, rasa, dan kegunaan berdasarkan harapan dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Schgdifman dalam Kanuk (2007), kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan ciri-ciri tertentu pada setiap produknya sehingga konsumen dapat membedakan produk tersebut. Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa kualitas produk adalah senjata yang mungkin untuk mengalahkan pesaing. Kualitas produk dapat menunjukkan berbagai fungsi, seperti ketahanan, ketahanan, ketepatan, dan kemudahan penggunaan.

Durability (daya tahan), yang berarti daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet, produk yang awet akan dipersepsikan lebih berkualitas dibanding produk yang cepat habis atau cepat diganti.

- a. Kesesuaian dengan spesifikasi: Kesesuaian adalah sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya, seperti pengawasan kualitas dan desain. Standar karakteristik operasi adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan. Ini adalah jenis "janji" yang harus dipenuhi produk. Produk yang memenuhi kriteria ini menunjukkan kesesuaian dengan standarnya.
- b. Fitur, juga disebut fitur, adalah atribut atau atribut tambahan yang melengkapi keuntungan utama suatu produk. Fitur adalah pilihan konsumen; jika kompetitor tidak memilikinya, fitur tersebut dapat meningkatkan kualitas produk.
- c. Reliabilitas—reliabilitas berarti bahwa ada kemungkinan kecil bahwa produk akan rusak dengan cara yang tidak dapat diperbaiki atau sulit diperbaiki.

3. Keputusan Pembelian

Suatu keputusan pembelian yang dilakukan konsumen memberikan pengaruh yang sangat besar kepada kesuksesan perusahaan dalam melaksanakan pemasarannya yang disertai dengan beberapa indikator penyebab terjadinya keputusan pembelian (Aliyas et al, 2023: 3).

- a. Kemantapan pilihan pada suatu produk. Kemantapan pilihan pada suatu produk adalah ketika seorang konsumen merasa sangat yakin dan puas dengan produk yang sudah dibelinya, sehingga ia tidak lagi mempertimbangkan produk lain sebagai alternatif.
- b. Kebiasaan dalam membeli suatu produk. Kebiasaan dalam membeli produk adalah tindakan berulang yang dilakukan kali dipengaruhi oleh preferensi pribadi, merek, harga, dan pengalaman sebelumnya. Ini adalah keputusan pembelian yang menjadi rutinitas dalam hidup kita.
- c. Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain. Memberikan rekomendasi kepada orang lain adalah memberi saran atau pendapat tentang sesuatu yang bisa berguna bagi mereka berdasarkan pengalaman atau pengetahuan pribadi kita.
- d. Melakukan Pembelian Ulang. Pembelian ulang adalah saat seorang pelanggan membeli produk atau layanan yang sama mengonsumsi produk atau layanan yang sama.

3. METODE PENELITIAN

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner atau angket dalam mengumpulkan data dari responden. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya. Pernyataan yang akan di berikan kepada responden (pelanggan Toko *Bestyle* Kendari) menyangkut harga dan kualitas produk jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari.

Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian. Dokumentasi yang di maksud untuk melengkapi data dari hasil observasi dan wawancara. Agar lebih memperjelas dari mana informasi itu di peroleh, peneliti mengabadikan dalam bentuk foto dan data yang relevan dengan penelitian.

Kuesioner yaitu tehnik yang digunakan untuk mendapatkan data penelitian dalam bentuk jawaban lembaran/daftar pertanyaan secara sistematis yang berhubungan dengan penelitian. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data tentang pengaruh media sosial sebagai sarana promosi Universitas Sulawesi Tenggara. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan dari responden harus menjawab dengan alternatif jawaban yang disediakan mulai dari sangat setuju (SS = 5); Sangat Setuju (S = 4); Setuju (KS = 3); Netral (STS = 2) dan Sangat Tidak Setuju (STS = 1).

2. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan metode statistik aplikasi perangkat lunak yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah *Statistical Product And Service Solution* (SPSS) versi ke-29. Data ini digunakan agar mendapatkan hasil perhitungan yang lebih akurat dan cepat.

3. Alat Pengukuran Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan alat pengukuran dengan menggunakan skala likert. Dalam skala likert juga terdapat dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono dalam Aditya Gumantan dan Imam Mahfud 2020).

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Kode	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	KS	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

4. Metode Analisis Data

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Dikatakan regresi linear berganda di karenakan jumlah variabelnya lebih dari satu. Yaitu dalam penelitian ini variabel X (bebas) terdiri dari harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan variabel terikat (Y) Keputusan pembelian. Maka digunakan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian, X_1 = Harga, X_2 = Kualitas Produk, a = konstanta,

b_1, b_2 = Koefisien regresi, e = standar error

b. Koefisien Determinan (r^2)

Koefisien determinan dikatakan baik jika di atas 0,05 karena nilai R square berkisar antara 0 sampai 1.

5. Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Untuk menguji signifikan antara variabel bebas (Harga dan Kualitas Produk) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) secara parsial sebagai berikut :

a. Pengaruh Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H_0 : $\rho_1 = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Alexandre Christie pada Toko Bestyle Kendari.)

H_a : $\rho_1 \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Alexandre Christie pada Toko Bestyle Kendari.)

b. Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H_0 : $\rho_2 = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Alexandre Christie pada Toko Bestyle Kendari.)

H_a : $\rho_2 \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Alexandre Christie pada Toko Bestyle Kendari.)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Reabilitas Instrumen

Setelah dapat ditentukan bahwa pernyataan yang dibuat dalam penelitian ini valid, maka selanjutnya dapat dilanjutkan dengan uji reliabilitas. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program komputer SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas, adalah:

a. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 sampai 0,20 berarti kurang reliabel.

b. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 sampai 0,39 berarti agak kurang reliabel.

c. Nilai *alpha Cronbach* 0,40 sampai 0,59 berarti cukup reliabel.

d. Nilai *alpha Cronbach* 0,60 sampai 0,79 berarti reliabel.

e. Nilai *alpha Cronbach* 0,80 sampai 1,00 berarti sangat reliabel.

Tabel 4.1 Hasil Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Hasil
Harga	0,544	4	Cukup Reliabel
Kualitas Produk	0.964	9	Sangat Reliabel
Keputusan Pembelian	0.882	5	Sangat Reliabel

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, model regresi yang baik memiliki distribusi data normal (Ghozali, 2018). Salah satu cara melihat normalitas distribusi data adalah menggunakan uji statistik non parametric Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai Asymp. Sig (2 tailed) > 0,05 maka berdistribusi normal sedangkan jika nilai Asymp. Sig (2 tailed) < 0,05 maka tidak berdistribusi normal.

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual	
N		90	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.86313546	
Most Extreme Differences	Absolute	.241	
	Positive	.241	
	Negative	-.110	
Test Statistic		.241	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	<.001	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.000

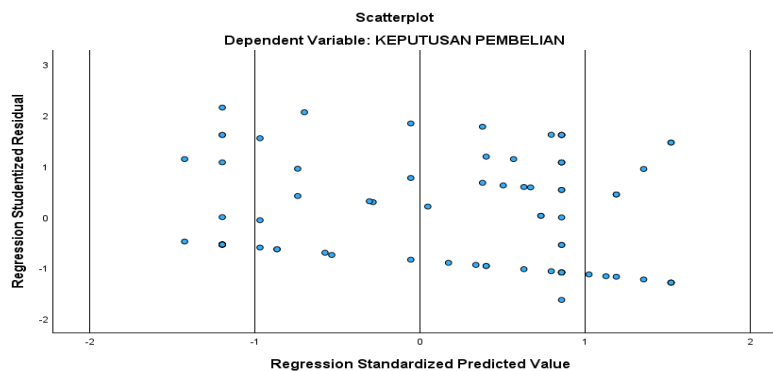
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas



Gambar 4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.663	2.808		5.578	<.001		
	HARGA	.082	.146	.060	.559	.578	.938	1.066
	KUALITAS PRODUK	.112	.051	.234	2.187	.031	.938	1.066

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian di Toko *Bestyle* Kota Kendari dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 15.663 + 0.082 (X_1) + 0.112 (X_2)$$

Nilai Konstanta $a = 15.663$. Nilai konstanta menunjukkan nilai positif yang berarti tidak mengalami perubahan. Ketika variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian jam tangan *Alexandre Christie* dari produk jam tangan *Alexandre Christie*, maka hal itu akan diikuti pula dengan semakin meningkatnya 1% Keputusan Pembelian produk jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari sebesar 8.2%.

Kualitas Produk (X_2) = 0.112. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian

3. Hasil Koefisien Determinan (r^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai *R Square* dikatakan baik jika diatas 0,05 karena nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai 1. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur SPSS 2024 didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

Gambar 4.4 Hasil Koefisien Determinasi (R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.555 ^a	.308	.292	1.620

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

Sumber : *Output* (SPSS 2024)

Dari hasil output SPSS model *summary* besarnya adjusted R adalah 0,292 hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel keputusan (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2), sebesar 29.2%. Sedangkan sisanya (100% - 29.2% = 70.8%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

4. Hasil Uji Hipotesis

1 Hasil Uji t (Parsial)

Langkah-langkah pengujian yang dijabarkan sebagai berikut :

Gambar 4.5 Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.422	2.227		10.967	<.001
	HARGA	.576	.104	.507	5.556	<.001
	KUALITAS PRODUK	.170	.044	.354	3.886	<.001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Output *Statistical Program For The Social Sciences* (SPSS 2024)

Keputusan Pembelian (Y), hal tersebut menjelaskan bahwa ketika variabel Harga meningkat (persepsi bahwa harga lebih sesuai atau kompetitif), kemungkinan keputusan pembelian juga meningkat yang dimaksudkan adalah semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk mengambil keputusan membeli.

Variabel Harga (X_1) memiliki nilai t hitung yang lebih besar (5,556) dibandingkan dengan variabel Kualitas Produk (X_2) yang memiliki nilai t hitung sebesar 3,886. Dengan demikian, Harga (X_1) merupakan variabel yang paling berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian jam tangan Alexandre Christie di Toko Bestyle Kendari. Dari nilai t hitung tersebut, harga adalah variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini.

Gambar 4.6 Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.398	2	50.699	19.329	<.001 ^b
	Residual	228.202	87	2.623		
	Total	329.600	89			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

Pembelian produk jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari.

4. Pembahasan

Berdasarkan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari.

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari terbukti dan diterima.

Pada variabel harga (X_1) terdapat 4 indikator yang mempengaruhi Keputusan pembelian (Y), indikator yang memiliki pengaruh tertinggi adalah indikator ($X_{1.4}$) Kesesuaian harga dengan manfaat produk dengan nilai 4.31 kategori Sangat Baik, sedangkan indikator terendah adalah ($X_{1.1}$) Keterjangkauan harga dengan nilai 4.13 kategori Baik. Hal ini dipengaruhi karena karakteristik responden dominan adalah

Pekerja Kantoran dan Pegawai yang memiliki gaji setara UMR yang berlaku. Toko *Bestyle* Kendari dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih jam tangan *Alexandre Christie*. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Lenggang Kurnia Intan Devi (2019) bahwa Variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari pembelian konsumen dalam memilih produk jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari cukup bukti untuk diterima. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk (X_2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Pada variabel Kualitas Produk (X_2) terdapat 9 indikator yang mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y), indikator tertinggi adalah indikator ($X_{2.4}$) kesan kualitas dan ($X_{2.8}$) gaya. Hal ini dipengaruhi dengan karakteristik responden yang dominan pekerja kantoran dan pegawai yang cenderung memperhatikan style dan kualitas dapal berpakaian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Muhammad Rafa Subhannallah (2019) bahwa Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian.

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari pembelian produk jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari. Hasil tersebut menunjukkan bahwa antara variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2), terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen dalam memilih produk jam tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari, menunjukkan bahwa secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini mengenai pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Jam Tangan *Alexandre Christie* di Toko *Bestyle* Kendari, maka kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jam tangan *Alexandre Christie* pada toko *Bestyle* Kendari.
2. tangan *Alexandre Christie* pada toko *Bestyle* Kendari.
3. Harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jam tangan *Alexandre Christie* pada toko *Bestyle* Kendari.

Produk yang ditawarkan menarik, *stylish* dan daya tahan bagus maka pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian konsumen juga semakin tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiyati, L., & Harahab, D. F. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan *Alexandre Christie* Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 2(3), 185-196.
- Aini, T. N. (2020). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Komitmen Sebagai Variable Intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-Bisma)*, 88-98.

- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal S1 Manajemen*, 114.
- Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Luar Garis Coffee. *ECo-Buss*, 6(1), 16. Retrieved from <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/view/673/466>
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 172-180.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99-102.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Ilahi, K., & Syaefulloh, S. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Hedonic Shopping Terhadap Purchase Decision Melalui Perceived Value Pada Jam Tangan Alexander Christie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 399-417.
- Janah, D., Muslihudin, M., Nurhuda, A., & Nurdiyanto, N. (2023). The Influence Of Product Quality, Price, And Store Atmosphere On Consumer Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah I*, 3(2), 68-78.
- Kotler Philip dan Armstrong Gary. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2, edisi 12. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Puspita, C. M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (Studi pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268-275.
- Rafa, M. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Miniso Yogyakarta. *Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Rahmah, H. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopie Martin (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya)[Skripsi]. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya*.
- Suprayogi, A., & Suryana, H. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di C59 Bandung (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Siagian, M., & Yuniati. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Import, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Thrifting Di Batam. *Journal Of Management & Business*, 6(2), 215–225.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Untung, N., Wariki, V., Merari, D. B., Setyobekti, A. B., & Sugiono, S. (2019). Kepemimpinan Karismatik dalam Meningkatkan Iman Kaum Muda di Gereja Bethel Indonesia Kota Jambi. *MATHEO: Jurnal Teologi/Kependetaan*, 9(1), 75-89.

Wisnu Nafiri, M. (2023). Pengaruh Brand Import, Harga, And Fashion Life Style Thrift Shop Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Branded Pada Mahasiswa Febi Uin Khas Jember Angkatan 2018. 1. Retrieved From [Http://Digilib.Uinkhas.Ac.Id/17380/1/Skripsi Wisnu Fix.Pdf](http://Digilib.Uinkhas.Ac.Id/17380/1/Skripsi%20Wisnu%20Fix.Pdf)