

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PT SUN JAYA MANDIRI**

SKRIPSI

OLEH :

**VIKY ADE KUSHENDRA
228320154**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/26

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PT SUN JAYA MANDIRI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH :

**VIKY ADE KUSHENDRA
228320154**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

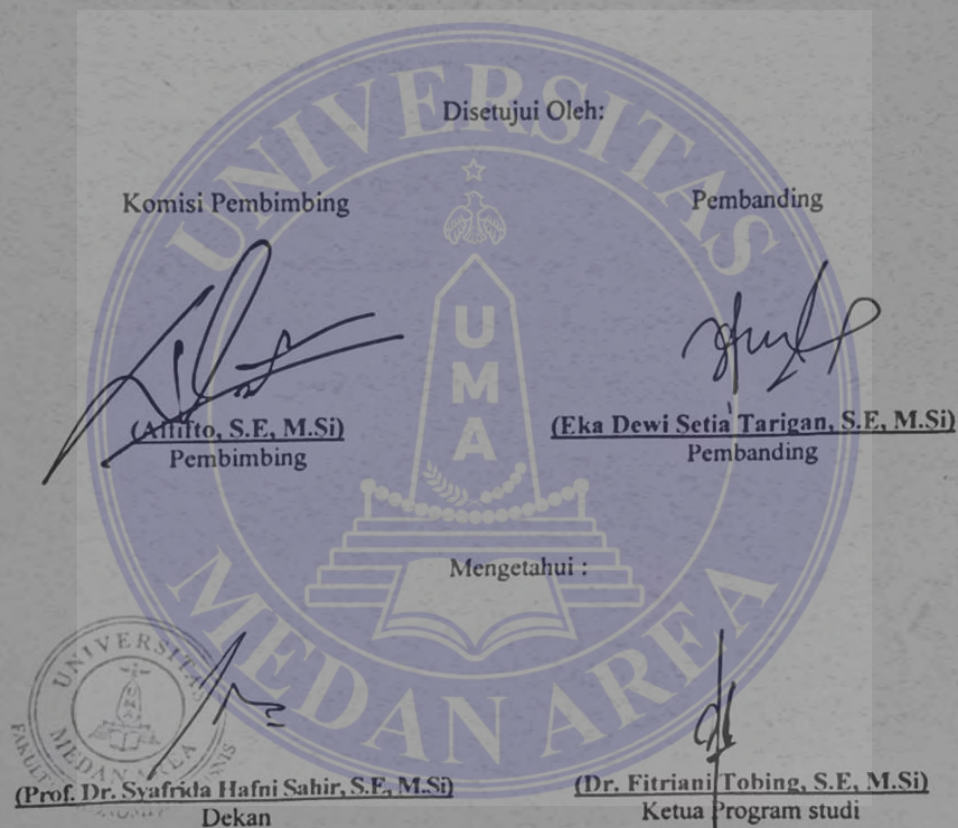
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/26

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian PT Sun Jaya Mandiri
Nama : Viky Ade Kushendra
NPM : 228320154
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen



Tanggal Lulus: 11 Maret 2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT Sun Jaya Mandiri”. yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 11 Maret 2026



Viky Ade Kushendra

228320154

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viky Ade Kushendra
NPM : 228320154
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Tugas Akhir Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT Sun Jaya Mandiri. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Medan

Pada tanggal : 11 Maret 2026

Yang menyatakan,



Viky Ade Kushendra

228320154

RIWAYAT HIDUP



Nama	Viky Ade Kushendra
NPM	228320154
Tempat, Tanggal Lahir :	Medan, 03-04-2004
Nama Orang Tua :	
Ayah	Suhendra
Ibu	Lely Kusmawanti
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Swasta IT Siti Hajar
SMA/SMK	SMA Swasta Muhammadiyah 2 Medan
Riwayat Studi Di UMA:	Organisasi Ikatan Mahasiswa Islam 2024-2025
Pengalaman Kerja :	-
NO. HP/WA	081226011517
Email	Vikyadekushendra03@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at PT Sun Jaya Mandiri. The study uses a quantitative approach with a customer population of PT Sun Jaya Mandiri totaling 1,020 customers based on sales data in 2024. The sampling technique uses nonprobability sampling with a purposive sampling method and the Slovin formula with an error rate of 10% so that 91 respondents are obtained. Data were obtained through a survey using a questionnaire and analyzed using SPSS with multiple linear regression analysis. The results show that Product Quality has a positive and significant influence on Purchasing Decisions with a Standardized Coefficients Beta value of 0.802, a t-count value of 9.483 > t-table 1.987, and a significance value (0.000) < 0.05. Price has a negative and significant influence on Purchasing Decisions with a Standardized Coefficients Beta value of 0.191 (coefficient B = -0.213), a t-count value of -2.256, and a significance value (0.027) < 0.05. Simultaneously, product quality and price significantly influence purchasing decisions, with product quality having a significantly greater contribution than price. This indicates that PT Sun Jaya Mandiri consumers prioritize product quality when making purchasing decisions, although price remains a significant consideration that needs to be optimized to avoid burdening consumers and hindering purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions, PT Sun Jaya Mandiri.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian PT Sun Jaya Mandiri. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi pelanggan PT Sun Jaya Mandiri yang berjumlah 1.020 pelanggan berdasarkan data penjualan tahun 2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh 91 responden. Data diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,802, nilai *t*-hitung 9,483 > *t*-tabel 1,987, dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$. Harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,191 (koefisien B = -0,213), nilai *t*-hitung -2,256, dan nilai signifikansi $(0,027) < 0,05$. Secara simultan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan Kualitas Produk memiliki kontribusi yang jauh lebih dominan dibandingkan Harga. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen PT Sun Jaya Mandiri lebih mengutamakan aspek kualitas produk dalam pengambilan keputusan pembelian, meskipun faktor harga tetap menjadi pertimbangan signifikan yang perlu dioptimalkan agar tidak memberatkan konsumen dan menghambat keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, PT Sun Jaya Mandiri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT Sun Jaya Mandiri”** ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area.

Penulis sampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat penyusunan skripsi ini, karena penulis menyadari terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, motivasi, dan bantuan dari pihak-pihak yang telah ikut terlibat di dalamnya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa untuk kedua orang tua terkasih, Ayahanda **Suhendra** Ibunda **Lely Kusmawanti** tersayang dan Adik- adik tersayang yang tiada hentinya memberikan semangat dan dukungan moril maupun material serta doa kepada penulis. Serta seluruh keluarga besar penulis terimakasih semua nya, kiranya Allah SWT membalas dengan segala berkahnya.
2. Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc./Ketua Perguruan Tinggi, selaku pimpinan institusi yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menyelesaikan studi.
3. Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

4. Dr. Fitriani Tobing, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Bapak Alfifto S.E, M.Si., selaku pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan serta dukungan dalam berbagai bentuk.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis, skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan petunjuk dan keberkahan bagi kita semua.

Medan, 11 Maret 2026
Penulis,

Viky Ade Kushendra

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 13
2.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Kualitas Produk.....	15
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	15
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	16
2.2.3 Indikator Kualitas Produk	17
2.3 Harga	18
2.3.1 Pengertian harga.....	18
2.3.2 Indikator Harga.....	19
2.4 Penelitian Terdahulu.....	20
2.5 Kerangka Konseptual	22
2.6 Hipotesis Penelitian	23
 BAB III METODE PENELITIAN	 24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	24
3.2.2 Waktu Penelitian.....	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.2.1. Sampel.....	25
3.4 Definisi Operasional.....	26
3.5 Skala Pengukuran Data.....	27
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.7 Jenis dan Sumber Data	28

3.7.1	Jenis Data	28
3.7.2	Sumber Data	29
3.8	Uji Instrumen Penelitian	29
3.8.1	Uji Validitas.....	29
3.8.2	Uji Reliabilitas	30
3.9	Uji Asumsi Klasik	31
3.9.1	Uji Normalitas	32
3.9.2	Uji Multikolinearitas	32
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	33
3.10	Teknik Analisis Data	33
3.10.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	33
3.10.2	Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.10.3	Uji Hipotesis	34
3.10.3.1	Uji t (Uji Parsial)	34
3.10.3.2	Uji F (Uji Simultan).....	35
3.10.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1	Gambaran Umum PT Sun Jaya Mandiri.....	36
4.2	Analisis Deskriptif Responden.....	38
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden.....	38
4.2.2	Frekuensi Jawaban Responden.....	41
4.3	Hasil pengujian asumsi Klasik.....	52
4.3.1	Uji Normalitas	52
4.3.2	Uji Multikolinearitas	54
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	55
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4.5	Pengujian Hipotesis	57
4.5.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	57
4.5.2	Uji Signifikansi Serempak (Uji F)	58
4.5.3	Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.6	Pembahasan.....	60
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	60
4.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.6.3	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	64
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA		70

DAFTAR TABEL

No.Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data penjualan	5
Tabel 1.2	Hasil Pra-Survey	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Rincian Penelitian	26
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel	26
Tabel 3.3	Instrumen Skala Likert	27
Tabel 3.4	Uji Validitas Pada Penelitian Ini	30
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.1	Distribusi Jawaban Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.2	Distribusi Jawaban Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3	Distribusi Jawaban Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4.5	Instrumen Skala <i>Mean</i>	42
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden (X1)	43
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden (X2)	46
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden (Y)	49
Tabel 4.9	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF	55
Tabel 4.11	Hasil Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4.12	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	58
Tabel 4.13	Hasil Uji F Signifikansi Serempak (Uji-F)	59
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Mayoritas Industri Mikro-Kecil Bergerak di Sektor Makanan	1
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas dengan Histogram.....	52
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	53
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastitas (Grafik Scatterplot)	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2. Tabulasi Data	80
Lampiran 3. Hasil Olahan Data	87
Lampiran 4. Surat Izin Riset.....	92
Lampiran 5. Surat Selesai Riset.....	93



BAB I

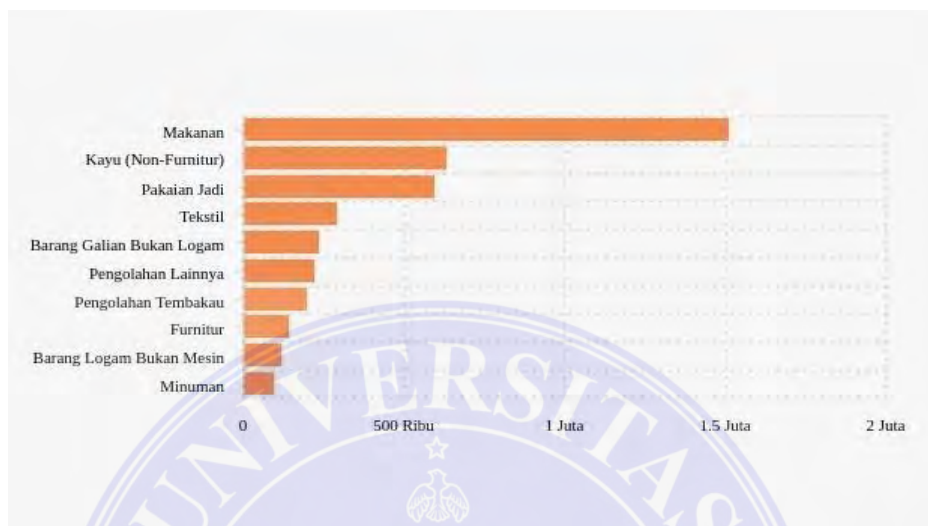
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan sosial ekonomi di era modern telah membawa dampak besar terhadap pola kehidupan masyarakat Indonesia. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, yang didukung oleh proses globalisasi, telah mengubah struktur sosial tradisional menuju sistem digital yang terintegrasi. Pertumbuhan kota-kota besar dan perkembangan industri menciptakan lingkungan ekonomi yang semakin beragam. Transformasi digital mengubah cara interaksi sosial, metode kerja, serta kebiasaan konsumsi masyarakat. Kombinasi faktor-faktor tersebut menghasilkan perubahan kebutuhan rumah tangga yang mencerminkan penyesuaian terhadap kondisi sosial ekonomi saat ini.

Transformasi sosial ekonomi tersebut secara langsung mempengaruhi prioritas konsumsi rumah tangga Indonesia. Kebutuhan keluarga tidak lagi terbatas pada kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, dan papan, namun berkembang mencakup produk teknologi, barang kemasan praktis, dan berbagai produk konsumsi modern. Pergeseran pola konsumsi ini mendorong pertumbuhan beragam sektor industri. Industri makanan dan minuman tetap mendominasi struktur pengeluaran rumah tangga, namun saat ini lebih terfokus pada produk olahan dan kemasan yang mendukung gaya hidup selain itu. Industri kayu *non-furniture* mengalami pertumbuhan yang pesat seiring dengan pesatnya pembangunan infrastruktur dan perumahan di kawasan perkotaan. Sektor tekstil dan pakaian jadi berkembang mengikuti tren fashion dan meningkatnya kesadaran masyarakat

terhadap penampilan. Industri bahan galian bukan logam, pengolahan lainnya, hal ini terlihat pada Gambar 1.1 sebagai berikut



Sumber: Databoks (2024)

Gambar 1.1
Grafik kebutuhan Masyarakat 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 diketahui bahwa makanan merupakan pengeluaran terbesar dalam rumah tangga dengan nilai mencapai sekitar 1,6 juta rupiah. Hal ini wajar karena makanan adalah kebutuhan pokok yang harus dipenuhi setiap hari oleh setiap keluarga. Pengeluaran terbesar kedua adalah untuk kayu *non-furniture* dengan nilai sekitar 600 ribu rupiah, yang kemungkinan digunakan untuk keperluan konstruksi atau perbaikan rumah. Sementara itu, pengeluaran untuk pakaian jadi berada di urutan ketiga dengan nilai sekitar 400 ribu rupiah, menunjukkan bahwa kebutuhan sandang juga menjadi prioritas penting dalam anggaran keluarga. Kategori pengeluaran lainnya seperti tekstil, barang galian bukan logam, pengolahan lainnya, pengolahan tembakau, furniture, barang logam bukan mesin, dan minuman memiliki nilai yang relatif kecil, masing-masing di bawah 200 ribu rupiah. Ini mengindikasikan bahwa industri makanan memiliki dominasi yang lebih

kuat dan lebih diminati oleh masyarakat dibandingkan sektor-sektor lainnya.

Pola konsumsi masyarakat yang mengutamakan kebutuhan dasar, khususnya makanan, menciptakan peluang besar bagi berbagai sektor industri pangan. Salah satu sektor yang menonjol adalah industri makanan ringan yang telah berkembang pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat modern yang semakin praktis dan dinamis. Konsumen kini mencari camilan yang tidak hanya lezat, tetapi juga mudah dikonsumsi kapan saja dan di mana saja. Tren ini didukung oleh meningkatnya daya beli masyarakat dan kesadaran akan pentingnya variasi dalam konsumsi makanan. Makanan ringan telah menjadi pilihan populer sebagai teman santai, cemilan saat bekerja, atau sebagai oleh-oleh khas daerah. Kondisi ini menjadikan industri makanan ringan menawarkan peluang bisnis yang sangat menguntungkan bagi pelaku usaha yang mampu menciptakan produk inovatif dengan cita rasa yang memenuhi selera konsumen Indonesia.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan peluang tersebut adalah PT Sun Jaya Mandiri. Perusahaan ini bergerak dalam bidang pengolahan makanan tradisional, yang berdiri tahun 2010 yang di mana memproduksi opak yang terbuat dari ubi. PT Sun Jaya Mandiri telah berdedikasi untuk melestarikan cita rasa tradisional Indonesia sambil tetap mengikuti perkembangan zaman melalui inovasi dan teknologi modern. Perusahaan ini memahami bahwa untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, mereka harus mampu memadukan nilai-nilai tradisional dengan standar kualitas modern. Produk opak yang dihasilkan tidak hanya mempertahankan kelezatan tradisional, tetapi juga dikemas dengan standar higienis dan kualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan pasar modern. Berikut adalah

gambar proses produksi PT Sun Jaya Mandiri.



Sumber: Survei Lapangan (2025)

Gambar 1.2
Proses Pengolahan Ubi

Gambar 1.2 menunjukkan proses produksi yang dilakukan menggunakan teknologi yang dapat menjaga konsistensi rasa dan kualitas produk, sehingga setiap kemasan opak yang diproduksi memiliki standar yang sama. Pemilihan ubi sebagai bahan baku utama tidak hanya karena kelezatannya, tetapi juga karena nilai gizi yang terkandung di dalamnya, seperti karbohidrat kompleks, vitamin, dan mineral yang baik untuk kesehatan, ini menjadikan produk opak PT Sun Jaya Mandiri sebagai camilan sehat yang diminati konsumen, terutama mereka yang peduli

dengan kesehatan namun tetap ingin menikmati camilan yang lezat. Perusahaan juga berkomitmen untuk menggunakan bahan baku lokal yang berkualitas, sehingga turut mendukung petani ubi lokal dan perekonomian daerah. Namun beberapa tahun terakhir PT Sun Jaya Mandiri mengalami fluktuasi yang mengakibatkan omsetnya menurun hal itu dapat dilihat dari tabel berikut

Tabel 1.1
Data penjualan PT Sun Jaya Mandiri

Tahun	Penjualan (Ton)	Pelanggan	Harga Kilo (Rp)	Omset	Alasan Fluktuasi
2020	80 ton	1100	10,000	800.000.000	Pandemi COVID-19 mengurangi permintaan.
2021	90 ton	1210	10,000	900.000.000	Pemulihan ekonomi dan peluncuran produk baru.
2022	75 ton	1050	10,000	750.000.000	Kenaikan harga bahan baku mempengaruhi biaya.
2023	85 ton	1150	10,000	850.000.000	Peningkatan pemasaran dan strategi digital.
2024	70 ton	1020	10,000	700.000.000	Persaingan meningkat dari produk alternatif.

Sumber: PT Sun Jaya Mandiri (2025)

Berdasarkan Tabel penjualan dari tahun 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020, penjualan mencapai 80-ton dengan omset 800 juta rupiah, mengalami penurunan akibat pandemi COVID-19 yang mengurangi permintaan pasar. Kondisi ini kemudian membaik pada tahun 2021 dengan penjualan 90-ton dan omset 900 juta rupiah, berkat pemulihan ekonomi dan peluncuran produk baru. Namun, tahun 2022 kembali mengalami penurunan menjadi 75-ton dengan omset 750 juta rupiah akibat kenaikan harga bahan baku yang mempengaruhi biaya produksi. Melalui upaya peningkatan strategi pemasaran dan digital marketing, tahun 2023 menunjukkan peningkatan menjadi 85-ton dengan omset 850 juta rupiah. Persaingan yang semakin ketat dari produk alternatif menyebabkan penurunan pada

tahun 2024 menjadi 70-ton dengan omset 700 juta rupiah. Berkat inovasi produk Fluktuasi penjualan yang dialami PT Sun Jaya Mandiri menjadi alasan masih adanya perubahan keputusan pembelian oleh konsumen.

Keputusan pembelian merupakan proses kompleks yang dilalui konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk. Menurut Romadon *et al* (2023), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk setelah melalui serangkaian proses yang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Anggi dan Sudarwanto. (2021). mendefinisikan keputusan pembelian sebagai pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan, yang artinya seseorang dapat membuat keputusan jika tersedia beberapa pilihan. Sementara itu, Putra *et al* (2022) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan. Salah satu faktor keputusan pembelian adalah kualitas produk

Rukmayanti dan Fitriana. (2022), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk merupakan karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan maupun tersirat Hendratmoko (2023) mendefinisikan kualitas produk sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, yang menekankan bahwa kualitas bukan hanya

tentang fitur teknis tetapi seberapa baik produk memenuhi ekspektasi konsumen. Primadasari dan Sudarwanto (2021) menambahkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan, mencakup delapan dimensi yaitu kinerja, fitur, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, serviceability, estetika, dan persepsi kualitas. Selain kualitas produk, harga juga merupakan faktor penting yang tidak dapat diabaikan dalam keputusan pembelian konsumen.

Menurut Dewi dan Nurna (2021), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Elayanti *et al* (2022) mendefinisikan harga sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, yang mencerminkan nilai ekonomis dari produk di mata konsumen. Neijun dan Hayuningtias (2022) menyatakan bahwa harga merupakan apa yang diberikan atau dikorbankan konsumen untuk memperoleh suatu produk, dan persepsi konsumen terhadap harga akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Untuk Membuktikan hal tersebut peneliti telah melakukan pra-survei awal terhadap 30 pelanggan yang membeli di PT Sun Jaya

Tabel 1.2
Hasil Pra-survei PT Sun Jaya Mandiri

No		Ya	Tidak	Total
Kualitas Produk (X ₁)				
1	Produk Sun Jaya Mandiri Memiliki Keunggulan Yang Berbeda Dari Produk Lain	12	18	30
2	Produk Sun Jaya Mandiri Sesuai Dengan Informasi Yang Diberikan	16	14	30
3	Produk Sun Jaya Mandiri Selalu Memberikan	13	17	30

No		Ya	Tidak	Total
	Hasil Yang Memuaskan tidak rawan kemacetan			
Harga (X2)				
1	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Terjangkau Untuk Saya	14	16	30
2	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Sebanding Dengan Mutu Produknya.	12	18	30
3	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Sesuai Dengan Kualitas Yang Diberikan	17	13	30

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan survei awal yang dilakukan kepada 30 orang pembeli produk PT Sun Jaya Mandiri, ditemukan beberapa masalah penting yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga. Dari segi kualitas produk, sebagian besar pembeli (60%) merasa bahwa produk PT Sun Jaya Mandiri tidak memiliki kelebihan khusus yang membedakannya dengan produk sejenis dari perusahaan lain. Hal ini menunjukkan bahwa produk tersebut belum memiliki ciri khas yang unik di mata konsumen. Meskipun 53,3% pembeli mengatakan bahwa produk sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan, namun masih ada 56,7% yang mengeluh bahwa produk sering bermasalah atau mengalami gangguan saat digunakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas produk masih belum stabil dan sering mengecewakan pembeli.

Dari segi penetapan harga, 53,3% responden merasa bahwa harga produk kurang kompetitif dan berada di atas ekspektasi mereka. Selain itu, mayoritas responden (60%) berpandangan bahwa terdapat kesenjangan antara harga yang ditetapkan dengan nilai yang mereka rasakan dari produk tersebut. Walaupun 56,7% responden menilai harga masih dalam batas kewajaran sesuai kualitas, namun proporsi yang lebih besar merasa bahwa investasi yang mereka keluarkan belum memberikan *value for money* yang optimal.

Hasil survei awal ini menunjukkan perlunya penelitian lebih mendalam tentang apa saja yang mempengaruhi Keputusan pembelian PT Sun Jaya Mandiri, terutama yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga. Penelitian ini penting dilakukan pada orang-orang yang sudah pernah membeli produk karena mereka sudah merasakan langsung bagaimana produk tersebut ketika digunakan, sehingga penilaian mereka lebih akurat dan dapat dipercaya. Pemilihan kualitas produk dan harga sebagai fokus penelitian sangat tepat karena kedua hal ini adalah masalah utama yang ditemukan dalam survei awal dan merupakan faktor penting yang menentukan apakah seseorang akan membeli produk tersebut lagi atau tidak.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haque dan Marisa (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Berlian.Multitama Di Jakarta, dan mendapat kan hasil Secara Parsial Kualitas Produk Dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan di perkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukmayanti dan Fitriana.(2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan dan mendapatkan hasil Parsial Kualitas Produk Dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Ariella (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelind dan mendapatkan hasil, Kualitas Produk, tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fera dan Charisma

(2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Harga Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang dan mendapatkan hasil harga yang dimana tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat sebuah judul **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT Sun Jaya Mandiri**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang di ambil dari latar belakang adalah sebagai berikut. Kualitas produk PT Sun Jaya Mandiri belum memiliki keunggulan yang membedakan dari produk sejenis, dimana hasil pra-survei menunjukkan 60% konsumen menilai produk tidak memiliki kelebihan khusus dan 56,7% konsumen mengeluhkan produk sering bermasalah saat digunakan, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penetapan harga produk PT Sun Jaya Mandiri kurang kompetitif dan tidak sebanding dengan nilai yang dirasakan konsumen, dimana 60% responden berpendapat terdapat kesenjangan antara harga yang ditetapkan dengan nilai yang dirasakan, sehingga belum memberikan value for money yang optimal.

Fluktuasi penjualan PT Sun Jaya Mandiri yang mengalami penurunan omset dari 850 juta rupiah pada tahun 2023 menjadi 700 juta rupiah pada tahun 2024 akibat persaingan yang meningkat dari produk alternatif, menunjukkan adanya perubahan dalam keputusan pembelian konsumen yang perlu dikaji lebih mendalam.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Apakah Harga berpengaruh secara Negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Untuk menguji Harga berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Untuk menguji kualitas produk dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

1.5 Manfaat Penelitian

1. Untuk menambah pengetahuan yang lebih luas serta mempertinggi kemampuan peneliti yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT Sun Jaya Mandiri
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

- b. Diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang mempunyai keinginan untuk melakukan pengamatan, khususnya pada masalah yang sama.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Keputusan Pembelian

2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Sari et al (2021), pembelian adalah keputusan akhir yang diambil oleh seorang pelanggan untuk membeli suatu produk atau layanan dengan mempertimbangkan beberapa faktor tertentu. Sementara itu, Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa keputusan pembelian melibatkan pembelian merek yang diinginkan, namun terdapat dua elemen yang dapat berada di antara tujuan pembelian dan pilihan yang diambil. Pandangan berbeda menyebutkan bahwa keputusan pembelian adalah proses memilih antara dua atau lebih opsi, yang berarti bahwa variasi pilihan harus ada saat seseorang membuat keputusan.

Gunawan (2019) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah fase dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar membeli sebuah produk. Tjiptono (2018) menyatakan bahwa keputusan pembelian merujuk pada tindakan langsung yang terlibat dalam usaha untuk memperoleh, menggunakan, dan menghabiskan produk atau layanan, termasuk langkah-langkah dalam proses sebelum dan sesudah tindakan tersebut. Sari dan Saidah Putri (2020) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian adalah langkah yang diambil untuk mengatasi masalah yang dihadapi dan sebagai upaya untuk mencapai tujuan seefisien dan secepat mungkin. Dengan demikian dapat disampaikan bahwa keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk ataupun tidak. Tiap tahapan dalam

keputusan pembelian mempunyai kelebihan dan kekurangan yang dapat digunakan oleh konsumen sebagai bahan pertimbangan agar tidak salah mengambil keputusan untuk memilih dan membeli produk tersebut ataupun tidak. Oleh sebab itu, keputusan pembelian konsumen menjadi bagian penting dalam kegiatan pemasaran sehingga tiap perusahaan akan berusaha dan melakukan terobosan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan cara yang efektif dan efisien.

2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Nurfauzi *et al* (2023) menyatakan dalam keputusan pembelian terdapat 3 (tiga) faktor yang mempengaruhi timbulnya keputusan pembelian, yaitu:

1. Sikap orang lain, keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh keluarga, tetangga, teman maupun orang kepercayaan
2. Situasi tak terduga, keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh persepsi harga, pendapatan dan manfaat yang diharapkan setelah melakukan pembelian suatu produk.
3. Faktor yang dapat diduga, merupakan faktor situasional yaitu dimana situasi konsumen yang bersifat sementara dalam aktivitas berbelanja yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu.

2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian

Berikut ini terdapat 4 (empat) indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian (Sari *et al* 2021) sebagai berikut:

1. Kemantapan pada sebuah produk, sebuah keputusan pembelian dapat juga dilakukan oleh konsumen dengan mencari sebuah informasi tersebut.

2. Kebiasaan dalam membeli produk, mendapatkan rekomendasi dari supplier yang informasi penting, bahwa sebuah indikator keputusan pembelian sangat menarik.
3. Rekomendasi dari orang lain, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain.
4. Adanya pembelian ulang, ini sangat penting dalam bisnis anda, maka adanya sebuah sebab kemudian konsumen juga melakukan pembelian ulang pada suatu produk.

2.2 Kualitas Produk

2.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Gunawan (2019), kualitas sebuah produk merujuk pada keadaan fisik, fungsi, dan karakteristik dari baik barang maupun jasa, berdasarkan standar mutu yang diharapkan seperti daya tahan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan, perbaikan produk, serta atribut lainnya, dengan tujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas produk menjadi salah satu faktor utama dalam persaingan di antara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen cenderung menginginkan produk berkualitas baik sesuai dengan biaya yang mereka keluarkan, meskipun ada pendapat bahwa harga tinggi sering dihubungkan dengan kualitas yang baik.

Menurut Kotler dan Keller (2017), kualitas produk adalah elemen penting yang memengaruhi keputusan konsumen saat memilih untuk membeli suatu barang.

Di sisi lain, Mariansyah et al (2020) berpendapat bahwa kualitas produk merupakan

aspek-aspek dalam suatu barang atau hasil yang sesuai dengan tujuan dari barang yang diproduksi. Semakin bagus kualitas produk, semakin tinggi minat pelanggan untuk membeli barang tersebut. Selain itu, kualitas produk juga mencakup kemampuan untuk menjalankan fungsi utama produk, yang meliputi keseluruhan, akurasi, daya tahan, perbaikan, kemudahan penggunaan, dan atribut lainnya. Kualitas produk menjadi faktor kunci yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan ciri, karakteristik dan spesifikasi yang dimiliki suatu barang atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Dalam hal mutu suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kadang mengalami keragaman. Hal ini disebabkan mutu suatu produk itu dipengaruhi oleh beberapa faktor, dimana faktor-faktor ini dapat menentukan bahwa suatu produk dapat memenuhi standar yang telah ditentukan atau tidak, faktor-faktor tersebut antara lain. Menurut Anwar *et al* (2021) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:

1. Fungsi suatu produk

Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.

2. Wujud luar

Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusannya.

3. Biaya produk bersangkutan

Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

2.2.3 Indikator Kualitas Produk

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Terdapat lima indikator kualitas produk Menurut Izzuddin *et al* (2020) antara lain :

1. Ciri-ciri produk

Tingkat dimana suatu produk memiliki kelebihan lebih atau fungsi lain yang tidak dimiliki oleh produk lain.

2. Kesesuaian dengan spesifikasi

Dalam hal ini untuk mengukur apakah produk sudah pas atau cocok dengan kualitas standar yang telah ditetapkan atau belum.

3. Ketahanan

Jika suatu produk dapat digunakan oleh konsumen dalam kurun waktu yang lama dan masih bagus, maka produk tersebut memiliki daya tahan yang baik.

4. Keandalan

Memastikan produk yang dihasilkan tidak akan mengalami kecacatan atau gagal fungsinya.

5. Desain

Berkaitan dengan kecantikan atau penampilan suatu produk seperti warna, kemasan dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi keinginan konsumen.

2.3 Harga

2.3.1 Pengertian harga

Setiap perusahaan yang menjalankan kegiatannya tentu memiliki tujuan utama, yaitu memperoleh keuntungan. Keberhasilan dalam menghasilkan pendapatan atau laba dari penjualan memastikan bahwa perusahaan mampu bertahan dan terus beroperasi. Salah satu elemen penting yang memengaruhi laba serta pangsa pasar perusahaan adalah harga. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang secara langsung dapat memberikan pendapatan kepada perusahaan. Selain itu, harga bersifat fleksibel, sehingga bisa dengan cepat disesuaikan, dan menjadi nilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang mereka butuhkan. Dengan kata lain, harga dapat diartikan sebagai nilai yang ditentukan oleh penjual untuk suatu produk.

Tjiptono (2018) menyatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk membeli barang atau jasa tertentu. Dalam pengertian yang lebih luas, harga mencerminkan total nilai yang diberikan oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat dari menggunakan atau memiliki barang atau jasa tersebut. Menurut Kotler and Armstrong. (2018). Prinsip harga menjadi salah satu hal utama yang dipertimbangkan oleh penjual ketika memasarkan produknya. Sementara itu, bagi konsumen, harga adalah salah satu faktor utama

yang memengaruhi keputusan mereka dalam memenuhi kebutuhan. Erinawati *et al* (2021) mendefinisikan harga sebagai nilai tukar yang sebanding dengan uang atau barang lain untuk memberikan barang atau jasa kepada individu atau kelompok tertentu pada waktu tertentu. Pendapat ini berbeda dengan Marlius *et al* (2023), yang mendefinisikan harga sebagai "satuan nilai moneter atau bentuk lain (termasuk barang dan jasa) yang digunakan untuk mendapatkan hak atas kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa."

Dari berbagai pandangan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Sebagai salah satu komponen penting dalam bisnis, pengelolaan harga harus dilakukan secara maksimal oleh perusahaan agar dapat mencapai keuntungan yang optimal dan menjaga kelangsungan operasionalnya.

2.3.2 Indikator Harga

Indikator harga menurut Haque dan marisa (2020) adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan Harga, yaitu Harga produk yang ditetapkan perusahaan harus dapat dijangkau oleh konsumen.
2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk, yaitu harga sering kali dianggap sebagai penanda kualitas oleh pelanggan; semakin tinggi harga, biasanya diharapkan kualitasnya juga meningkat.
3. Kesesuaian Harga dengan Manfaat, yaitu Konsumen memutuskan untuk membeli produk ketika manfaat yang diperoleh dianggap sebanding atau lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.

4. Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga, yaitu konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lain untuk memastikan bahwa mereka mendapatkan nilai terbaik sesuai dengan daya beli mereka..

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/tahun	Judul	Variabel penelitian	Hasil penelitian
1	Haque dan marisa (2020)	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT berlian. Multitama di jakarta	Kualitas produk(x_1) Harga (x_2) Keputusan pembelian(y)	Secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan. Terhadap keputusan pembelian
2	Ariella rizqullah (2018) dan	Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen mazelnid	Kualitas Produk (x_1) Harga (x_2) Desain produk (x_3) Keputusan pembelian(y)	Secara parsial kualitas produk harga produk dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian namun berbeda dengan kualitas produk, tidak berpengaruh Secara simultan kualitas produk, harga produk dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan. Terhadap keputusan pembelian
3	Atilgan et al (2024)	<i>Examination of Consumers' Perceived Quality and Willingness to Buy in the Context of Price Variability and Frequency of Price Change: A Study of Retail Products</i>	<i>perceived Quality Willingness to Buy Price Variability Frequency of Price Change</i> Coba lagi	<i>At the end of the study, a statistically significant difference was only found between consumers in the low price variability and infrequent price change condition and consumers in the high price variability and infrequent price change condition, in terms of the perceived quality.</i>

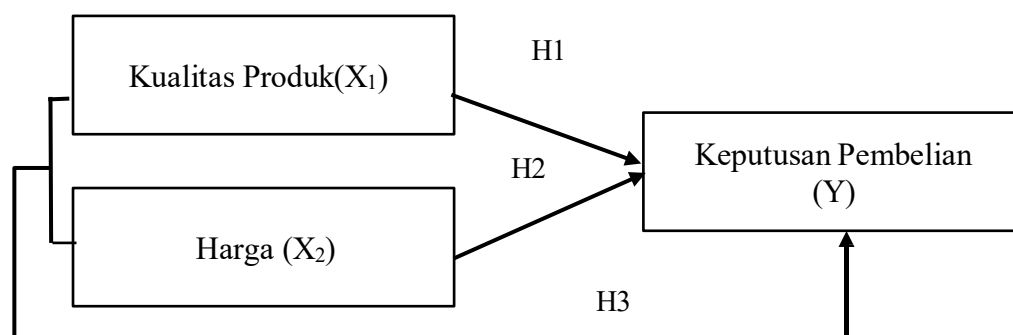
No	Peneliti/tahun	Judul	Variabel penelitian	Hasil penelitian
4	Susana maharani dan (2019)	<i>Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia)</i>	<i>Product Quality (x_1) Price (x_2) (x_3) Purchase Decision (y)</i>	<i>The results of this research show product quality and price partially affect purchase decision, product quality and price simultaneously or collectively affect purchase decision. The contribution proportion of Adidas product quality and price on the customers' purchase decision is 50.1%.</i>
5	Pandey et al (2024)	Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian melalui shopee	Kualitas produk(x_1) Citra merek (x_2) Harga (x_3) Keputusan pembelian(y)	Secara parsial kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Secara simultan kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan. Terhadap keputusan pembelian
6	Kirana (2020)	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian timbangan digital yang berdampak pada kepuasan pelanggan PT vga scale indonesia cabang surabaya	Kualitas produk(x_1) Harga(x_2) Keputusan pembelian(y)	Secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian namun berbeda dengan harga yang dimana tidak berpengaruh Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan. Terhadap keputusan pembelian
7	Cahya <i>et al</i> (2021)	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk bakpia sonder 543	Kualitas Produk (x_1) Harga(x_2) Keputusan pembelian(y)	Secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Secara simultan kualitas produk dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan. Terhadap keputusan pembelian
8	Nomleni (2023)	Pengaruh Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap	Harga (x_1) Promosi (x_2) Gaya hidup (x_3)	Secara parsial Promosi (x_2) Gaya hidup (x_3)berpengaruh positif

No	Peneliti/tahun	Judul	Variabel penelitian	Hasil penelitian
		Keputusan Pembelian Pada Tiket.Com	Keputusan Pembelian (y)	dan signifikan terhadap keputusan pembelian Namun harga Berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Secara simultan Harga (x1)Promosi (x2) Gaya hidup (x3) berpengaruh positif dan signifikan. Terhadap keputusan pembelian
9	Mulyadi (2022)	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba	Harga(x1) Keputusan pembelian(y)	Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
10	Kevinli dan gultom (2020)	Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan	Ekuitas Merek (x1) Harga (x2) lokasi (X3) Keputusan pembelian (y)	Secara parsial Ekuitas Merek (x1) dan lokasi (X3) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian namun harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Secara simultan Ekuitas Merek (x1) Harga (x2) lokasi (X3) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Sumber : Diolah Peneliti, (2025)

2.5 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada tujuan pustaka tersebut dan juga penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerang penelitian dalam penelitian ini dengan penjelasan dan gambaran sebagai berikut.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual.

2.6 Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang penulis ajukan yaitu :

H1: Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

H2: Harga berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

H3: Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan secara kuantitatif, dimana akan menemukan besarnya pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (variabel dependen). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melibatkan proses pengumpulan dan analisis data numerik secara obyektif untuk menggambarkan, memprediksi, atau mengontrol variabel yang menarik. Penelitian ini diekspresikan dalam angka dan grafik dan digunakan untuk menguji atau mengkonfirmasi teori dan asumsi (Sugiyono, 2019)

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Sun Jaya Mandiri Jl. Aman Abadi, Namorih, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret -Mei 2025. Berikut adalah uraian rencana waktu penelitian:

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2025									2026		
		Apr	Mei	Juni	Juli	Agus	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1	Pengajuan Judul												
2	Penyelesaian Proposal												
3	Revisi Proposal												
4	Seminar Proposal												
5	Penelitian												
6	Seminar Hasil												
7	Revisi Seminar Hasil												
8	Sidang Meja Hijau												

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan nya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Sun Jaya Mandiri yang berjumlah 1020 pelanggan yang di ambil dari data penjualan 2024

3.2.1. Sampel

Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih

menjadi sampel. Sementara metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*, yang dimana *purposive sampling* itu sendiri merupakan teknik penentuan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu berdasarkan kriteria yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019). Untuk menentukan sampel penelitian digunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

e = *Error level*

Maka:

$$n = \frac{1020}{1 + (1020 \times 0.1^2)}$$

$$n = 91.071$$

$$n = 91$$

Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 91 Responden dengan Kriteria sebagai berikut

1. Responden berusia 20 tahun keatas
2. Responden yang pernah membeli produk PT Sun Jaya Mandiri minimal satu kali
3. Responden memiliki penghasilan lebih dari 1jt Keatas

3.4 Definisi Operasional

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator Variabel	Skala
Kualitas Produk (X ₁)	Menurut Izzuddin <i>et al</i> (2020) Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa	1. Ciri-ciri produk 2. Kesesuaian dengan spesifikasi 3. Ketahanan 4. Keandalan	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator Variabel	Skala
	berdasarkan tingkat mutu yang di harapkan	5. Desain	
Harga (X ₂)	Haque dan marisa (2020) menyatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk membeli barang atau jasa tertentu	1. Keterjangkauan Harga, 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas 3. Kesesuaian Harga dengan Manfaat, 4. Harga Sesuai Kemampuan	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Sari <i>et al</i> (2021) keputusan pembelian adalah sebuah keputusan final yang dimiliki seorang pelanggan guna melakukan pembelian sebuah jasa maupun barang beserta sejumlah pertimbangan-pertimbangan khusus	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Rekomendasi dari orang lain 4. Adanya pembelian ulang	<i>Likert</i>

Sumber : Data Diolah peneliti (2025)

3.5 Skala Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini juga sering disebut *summated rating scale*, karena digunakan untuk memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan jawaban pernyataan atau pertanyaan yang diberikan (Situmorang, 2017).

Skala *likert* yang digunakan didalam penelitian ini adalah bersifat *favorable* dimana:

Tabel 3.3
Instrumen Skala *Likert*

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang diteliti.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden tentang variabel-variabel dalam penelitian. Metode ini digunakan untuk menyingkap identitas penelitian dan untuk mengungkap variabel-variabel dalam penelitian guna mendapatkan informasi spesifik dan melibatkan pengelolaan data dimana pengumpulan data menggunakan alat berupa kuesioner. Metode pengumpulan data dengan kuesioner atau angket memiliki kelebihan yaitu mudah dikelola, data yang diperoleh dapat dipercaya, serta penetapan kode, analisis, dan interpretasi data relatif sederhana. Sedangkan kekurangan dari teknik ini adalah responden mungkin tidak mampu atau tidak bersedia memberikan informasi yang diharapkan dan penyusunan pertanyaan agar mudah dipahami merupakan hal yang tidak mudah.

3.7 Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Menurut Alfito (2024), berdasarkan pengelompokannya, data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

3.7.2 Sumber Data

Menurut Alfito (2024), Sumber data mengacu pada informasi mentah atau pengamatan yang dikumpulkan sebagai informasi. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari para responden yang terpilih pada konsumen PT sun jaya mandiri Data primer diperoleh dengan memberikan kuesioner dan melakukan wawancara singkat kepada responden baik.
- b. Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data-data ini berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi penting seperti sensus penduduk. Data sekunder yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber dari literatur buku untuk teori-teori, situs internet, dan penelitian terdahulu yang berupa skripsi, jurnal ilmiah nasional dan internasional.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Alfito (2024), uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur. Kuesioner dapat dikatakan mempunyai kevalidan jika pertanyaan yang diajukan peneliti mampu untuk mengungkapkan jawaban dari rumusan masalah suatu penelitian. Suatu kuesioner dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan tujuan awal penelitian. Apabila hasil dari

kuesioner menghasilkan data yang tidak relevan maka kuesioner tersebut mempunyai validitas yang rendah.

Validnya suatu kuesioner dapat diakui apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut valid. Apabila nilai r hitung $\leq r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut tidak valid. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). Dengan menyebarkan ke 30 responden yang membeli di PT Sun Jaya Mandiri.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Alfito (2024), Reliabilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan di kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$ maka, dinyatakan *reliable* atau valid. Sebaliknya jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 0,60$ maka, dinyatakan tidak *reliable* atau tidak valid.

Tabel 3.4
Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0.862	0.361	Valid
	X1.2	0.886	0.361	Valid
	X1.3	0.881	0.361	Valid
	X1.4	0.870	0.361	Valid
	X1.5	0.886	0.361	Valid
	X1.6	0.824	0.361	Valid
	X1.7	0.893	0.361	Valid
	X1.8	0.854	0.361	Valid

Variabel	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
	X1.9	0.879	0.361	Valid
	X1.10	0.891	0.361	Valid
Harga	X2.1	0.870	0.361	Valid
	X2.2	0.856	0.361	Valid
	X2.3	0.868	0.361	Valid
	X2.4	0.876	0.361	Valid
	X2.5	0.843	0.361	Valid
	X2.6	0.890	0.361	Valid
	X2.7	0.901	0.361	Valid
	X2.8	0.822	0.361	Valid
Keputusan Pembelian	Y1.1	0.873	0.361	Valid
	Y1.2	0.915	0.361	Valid
	Y1.3	0.901	0.361	Valid
	Y1.4	0.858	0.361	Valid
	Y1.5	0.859	0.361	Valid
	Y1.6	0.850	0.361	Valid
	Y1.7	0.911	0.361	Valid
	Y1.8	0.876	0.361	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 3.4 seluruh pernyataan memiliki nilai r_{hitung} > r_{tabel} (0,361) sehingga dapat disimpulkan hasil yang didapat valid

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS) (Alfifto, 2024). Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk menguji mengenai ada atau tidaknya pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik. Hasil pengujian hipotesis yang baik adalah pengujian yang tidak melanggar tiga asumsi klasik, dimana ketiga asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,822 > 0,6	<i>Reliabel</i>
Harga	0,964 > 0,6	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian	0,968 > 0,6	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas, disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian dinyatakan reliabel. Dari nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka hasil bisa dinyatakan reliabel

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengenali apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen, keduanya mempunyai distribusi wajar atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan uji histogram, uji *kolmogorov-smirnov*, dan normal p-plot.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi maka dilakukan dengan melihat nilai toleransi 0,1 dan sebaliknya, Sebab *Variance Inflasi Factor* (VIF) <10 menunjukkan jika data tidak mempunyai masalah multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan uji Glejser dan uji Scatterplot.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis data yang digunakan kuantitatif yang merupakan data berupa angka-angka. Proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Prosedur pengolahan data dalam penelitian ini akan dimulai dengan memilah data ke dalam variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini. Dari hasil operasionalisasi variabel yang akan diuji, nilai variabel tersebut akan dimasukkan dalam uji SPSS (*statistical program for social science*).

3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur intensitas pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yaitu Kualitas Produk dan harga terhadap keputusan

Maka model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = konstanta

β = koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

3.10.3 Uji Hipotesis

Menurut Alfifto (2024), uji hipotesis merupakan suatu proporsi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan. Uji hipotesis adalah pengujian yang dicoba untuk bertujuan mencari tingkatan signifikan paling tinggi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dicoba dengan cara analisis regresi berganda, disebabkan terdapatnya variabel independen yang lebih dari satu.

3.10.3.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk pengujian regresi secara parsial (uji t) dilakukan guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 , X_2) secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu. Toleransi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah 5% ($\alpha = 0,05$) dengan batasan:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.10.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitas lebih kecil dari 5% (0,05) maka model penelitian dapat digunakan atau dinyatakan layak.

Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018), menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0 (nol) dan 1 (satu). Dari sini dapat diketahui seberapa besar variabel dependen akan mampu dijelaskan oleh variabel independennya, sedangkan sisanya akan dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut

1. Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
2. Harga berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
3. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara Positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

5.2 Saran

1. Untuk Variabel Kualitas Produk, aspek daya tahan produk menunjukkan nilai mean terendah (3.37). Peneliti menyarankan agar manajemen PT Sun Jaya Mandiri meningkatkan kualitas material dan proses produksi dengan melakukan quality control yang lebih ketat di setiap tahapan pembuatan produk, melakukan riset dan pengembangan (R&D) untuk menemukan bahan baku yang lebih berkualitas dan tahan lama, menerapkan standar ISO untuk sistem manajemen mutu, serta melakukan pengujian *durability test* secara berkala sebelum produk dipasarkan. Perusahaan juga diharapkan dapat memberikan garansi produk yang lebih komprehensif dan jelas, menyediakan layanan *after-sales service* yang responsif, serta membuat program edukasi kepada konsumen tentang cara perawatan produk yang tepat agar produk dapat

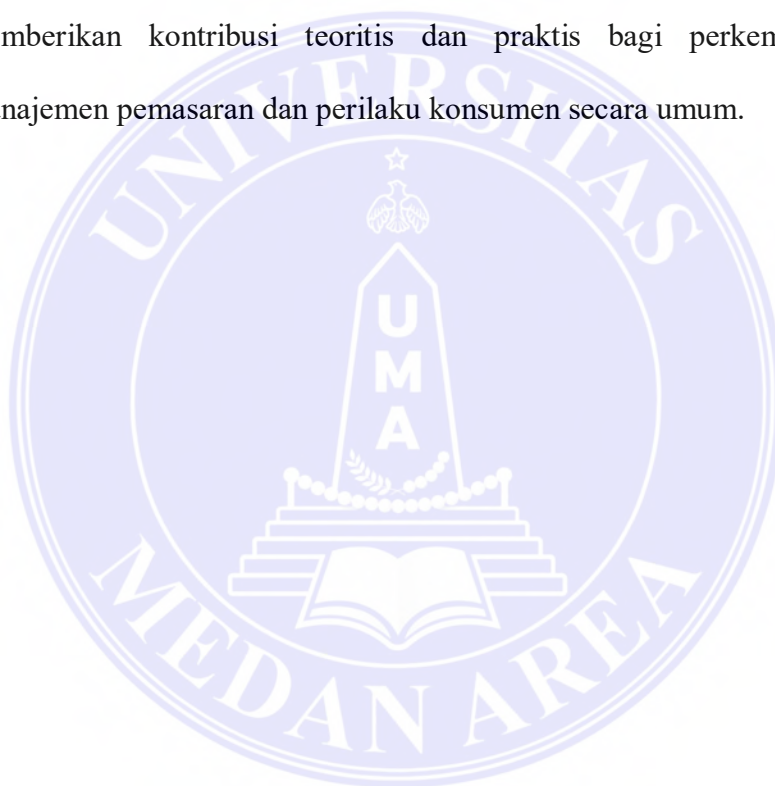
bertahan lebih lama. Selain itu, aspek diferensiasi produk yang memiliki mean 3.42 juga perlu mendapat perhatian khusus dengan memperkuat brand identity melalui desain kemasan yang lebih unik dan memorable, menciptakan *signature product* yang menjadi ciri khas PT Sun Jaya Mandiri, mengembangkan inovasi produk yang tidak dimiliki kompetitor, serta melakukan branding yang konsisten melalui berbagai media promosi agar konsumen dapat dengan mudah mengenali dan membedakan produk Sun Jaya Mandiri dari produk sejenis di pasaran.

2. Untuk Variabel Harga, aspek beban finansial konsumen memiliki nilai mean terendah (3.01) dan kesesuaian dengan kemampuan finansial (3.21). Peneliti menyarankan agar manajemen PT Sun Jaya Mandiri melakukan evaluasi ulang terhadap strategi penetapan harga dengan mempertimbangkan *purchasing power* dan segmentasi pasar yang lebih detail. Perusahaan dapat menerapkan strategi *price tiering* dengan mengembangkan berbagai varian produk pada tingkat harga yang berbeda (*entry level*, *middle range*, dan *premium*) sehingga dapat menjangkau konsumen dengan daya beli yang beragam. Selain itu, Sun Jaya Mandiri dapat menawarkan program pembayaran yang lebih fleksibel seperti sistem cicilan atau kredit 0%, memberikan diskon berkala untuk pembelian dalam jumlah tertentu atau repeat customer, membuat paket bundling yang lebih ekonomis dengan menggabungkan beberapa produk dalam satu paket hemat, serta mengadakan program promosi khusus pada momen-momen tertentu seperti hari raya, ulang tahun perusahaan, atau event special lainnya. Manajemen juga perlu melakukan survei pasar secara berkala untuk

memahami sensitivitas harga konsumen dan memonitor strategi pricing kompetitor, sehingga dapat menetapkan harga yang tetap kompetitif namun tidak memberatkan konsumen. Kerjasama dengan lembaga pembiayaan atau fintech juga dapat dijalin untuk memberikan kemudahan akses pembiayaan bagi konsumen yang membutuhkan.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen, seperti Brand Image, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek (Brand Trust), Kesadaran Merek (Brand Awareness), Electronic Word of Mouth (e-WOM), Customer Satisfaction, atau faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro, tren konsumsi masyarakat, pengaruh media sosial dan digital marketing, serta peran brand ambassador atau influencer dalam membentuk persepsi konsumen. Selain itu, penelitian dapat diperluas dengan melibatkan responden dari berbagai segmen demografis yang lebih beragam (usia, gender, tingkat pendapatan, pendidikan, lokasi geografis), membandingkan perilaku konsumen produk PT Sun Jaya Mandiri dengan produk kompetitor sejenis, atau menggunakan pendekatan mixed method dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif melalui wawancara mendalam atau focus group discussion untuk memahami motivasi, ekspektasi, dan pengalaman konsumen secara lebih komprehensif dan kontekstual. Penelitian longitudinal juga dapat dilakukan untuk melihat perubahan perilaku keputusan pembelian konsumen sebelum dan sesudah dilakukan perbaikan kualitas produk atau perubahan strategi harga, serta menganalisis pengaruh variabel moderating seperti

loyalitas pelanggan atau switching cost. Metode analisis yang lebih advanced seperti Structural Equation Modeling (SEM) atau analisis moderasi-mediasi juga dapat dipertimbangkan untuk mengungkap hubungan kausal yang lebih kompleks antar variabel. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi yang lebih menyeluruh, mendalam, dan bermanfaat bagi pengembangan strategi pemasaran PT Sun Jaya Mandiri khususnya, serta memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen secara umum.



DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, Putri, Dan Christiawan Hendratmoko. (2023). "Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pemeblian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya." Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk). Vol. 2.
- Alfifto. (2024). Statistika Penelitian: Konsep Dan Kasus. Medan: UMA Press.
- Anwar, Resa Nurlaela, And Fiska Ananda Wardani. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee." Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial 8.6 (2021): 1370-1379.
- Ardiansyah, Muhammad, And Siti Rokhmi. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Cleo." Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm) 6.6 (2017).
- Ariella, Irfan Rizqullah. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid." Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis 3.2 (2018): 215-221.
- Asti, Eka, And Eka Ayuningtyas. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis 1.01 (2020): 1-14.
- Cahya, Agus Dwi, Annisa Widilia Rahmawati, and Arista Fajar Ningsih. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Sonder 543." Jurnal Pemasaran Kompetitif 5.1 (2021): 13.
- Dewi, Nuning Nurna. (2021). "Pengaruh Brand Image Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo." Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi 13(2): 251-264.
- Elayanti, I. Gusti Ayu Kadek Yuni, Ni Wayan Eka Mitariani, Dan I. Gusti Ayu Imbayani. (2022). "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pada Produk Wardah Di Kabupaten Badung." Emas 3(5): 1-11.
- Eltonia, Neijun, Dan Kristina Anindita Hayuningtias. (2022). "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Le Minerale 600ml Di Kota Semarang." Jurnal Mirai Management 7(1): 250-256.
- Erinawati, Fajrini, And Afriapollo Syafarudin. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan." Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan 1.1 (2021): 130-146.

- Fazirah, Elva. (2022). "Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta." *Jurnal Ekobis Dewantara* 5(3): 246-254
- Febriani, S. N. "Analysis of the Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Mayoutfit Fashion Store Bandung Branch, Indonesia Analysis of the Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Mayoutfit Fashion Store Bandung Branch, Indonesia." *International Journal of Administration, Business and Organization (IJABO)* 4.1 (2023): 22-33.
- Fiandi, Riza, and Ahmad Albar Tanjung. "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Budi Jaya Dinamo." *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 2.3 (2022): 69-79.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, Pesta. "Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan." *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen* 6.1 (2020): 44-53.
- Gunarsih, Cindy Magdalena, Johny Af Kalangi, And Lucky F. Tamengkel. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang." *Productivity* 2.1 (2021): 69-72.
- Gunawan, A. S. (2019). *Manajemen Pemasaran : Analisis untuk perancangan Strategi Pemasaran*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Halyana, Puteri Silka, and Satria Bangsawan. "The Influence of Price and Product Quality on Purchase Decisions with Purchase Intention as Intervening Variable (Study on Mixue Lampung)." *International Journal of Regional Innovation* 3.4 (2023).
- Haque, Marissa Grace. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian." *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 21.1 (2020): 31-38.
- Hasim, A., and D. Solihin. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Laukita Bersama Indonesia." *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 4.1 (2024): 232-246.
- Ilmiyah, Khafidatul, And Indra Krishernawan. "Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto." *Maker: Jurnal Manajemen* 6.1 (2020): 31-42.
- Izzuddin, Ahmad, And Muhammad Muhsin. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 6.1 (2020): 72-78.

- Jannah, Nurul Roudhotul, and Atwal Arifin. "The Influence of Harga , Product Quality, and Promotion on Purchase Decisions in E-commerce Shopee with Trust as a Moderating Variable." *Proceeding of International E-Conference On Management & Small Medium Enterprise*. 2023.
- Kirana, Ilma. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIMBANGAN DIGITALYANG BERDAMPAK PADAKEPUASAN PELANGGAN PT VGA SCALE INDONESIA CABANG SURABAYA. Diss. STIE MAHARDHIKA SURABAYA, 2020.
- Kotler and Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi 12. Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2017). Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13. Erlangga
- Maharani, Susana. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut." *Iqtishadequity Jurnal Manajemen* 2.1 (2019).
- Mahendra, Rizaldi Reza. "Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas. Co." *Performa* 6.3 (2021): 255-264.
- Mahira, Mahira, Prasetyo Hadi, And Heni Nastiti. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome." *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 2.1 (2021): 1267-1283.
- Mariansyah, Alvin, And Amirudin Syarif. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu." *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen* 3.2 (2020): 134-146.
- Marlius, Doni, And Nadilla Jovanka. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen You Pada Hasanah Mart Air Haji." *Jurnal Economina* 2.2 (2023): 476-490.
- Martianto, Ishma Alfisa, Sri Setyo Iriani, And Andre Dwijanto Witjaksono. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)* 7.3 (2023): 1370-1385.
- Mulyadi, Mohammad Noorman. "Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk keperluan usaha waralaba." (2022).
- Nomleni, Abraham B., et al. "Pengaruh Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket. Com." *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance* 2.2 (2023): 97-106.
- Nurfauzi, Yogi, Et Al. "Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

- Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif." *Management Studies And Entrepreneurship Journal* 4.1 (2023): 183-188.
- Primadasari, Anggi, Dan Tri Sudarwanto. (2021). "Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Forum Ekonomi*. Vol. 23. No. 3.
- Putra, Komang Febry Aditya. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen H&M Di Kota Denpasar). Diss. Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2022.
- Romadon, Ahmad Sahri, Meirisa Andini Pramusinto, And Salwa Nur Kamelia. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee." *Solusi* 21.3 (2023): 259-269.
- Rukmayanti, Rukmayanti, And Fitriana Fitriana. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 12.2 (2022): 206-217.
- Saputra, Mohammad Reza, et al. "The Influence of Service Quality From PT Kereta Api INDONESIA (Persero) on Customer Satisfaction AT PT Bukit Asam Tbk." *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences* 11.6: 236-242.
- Sari, Desi Permata. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2.4 (2021): 524-533.
- Sari, Rissa Mustika, And Prihartono Prihartono. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)* 5.3 (2021): 1171-1184.
- Sari, Saidah Putri. "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8.1 (2020): 147.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono (2018). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing
- Yodan Pratama, I., & Abriandi, A. (2025). The Influence of Product Quality, Promotion, and Price on Consumer Purchasing Decisions of Mie Gacoan Food. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 6(5), 4227–4235. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v6i5.5251>



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Pengisian :

Pada pertanyaan dibawah ini, anda dimohon untuk mengisi pertanyaan – pertanyaan tersebut dengan keadaan / kondisi yang sebenarnya.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
3. Usia :
4. Pekerjaan :
5. Pendapatan : 1 juta -2 juta 3jt -4jt 5jt -6 jt

Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan/perasaan diri Anda, dengan cara memberi tanda check list (✓) pada kolom jawaban yang tersedia.

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Keputusan Pembelian

PERNYATAAN		SS	S	KS	TS	STS
No						
	Kemantapan Pada Sebuah Produk					
1	Saya Yakin Dengan Kualitas Produk Sun Jaya Mandiri					
2	Saya Merasa Tenang Ketika Membeli Produk Sun Jaya Mandiri					
	Kebiasaan Dalam Membeli Produk					
3	Saya Selalu Membeli Produk Sun Jaya Mandiri Untuk Kebutuhan Sehari-Hari					

4	Saya Sudah Terbiasa Menggunakan Produk Sun Jaya Mandiri					
	Rekomendasi Dari Orang Lain					
5	Saya Membeli Produk Sun Jaya Mandiri Karena Saran Dari Keluarga					
6	Saya Membeli Produk Sun Jaya Mandiri Karena Rekomendasi Dari Teman					
	Adanya Pembelian Ulang					
7	Saya Akan Membeli Lagi Produk Sun Jaya Mandiri Di Masa Depan					
8	Saya Senang Melakukan Pembelian Berulang Pada Produk Sun Jaya Mandiri					

Harga (X2)

PERNYATAAN		SS	S	KS	TS	STS
No						
	Keterjangkauan Harga					
1	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Terjangkau Untuk Saya					
2	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Tidak Terlalu Mahal					
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas					
3	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Sesuai Dengan Kualitas Yang Diberikan					
4	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Sebanding Dengan Mutu Produknya					
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat					
5	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Sesuai Dengan Manfaat Yang Saya Dapatkan					
6	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Sebanding Dengan Kegunaan Produknya					
	Harga Sesuai Kemampuan					
7	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Sesuai Dengan Kemampuan Finansial Saya					
8	Harga Produk Sun Jaya Mandiri Tidak Memberatkan Kantong Saya					

Kualitas Produk

PERNYATAAN		SS	S	KS	TS	STS
No						
	Ciri-Ciri Produk					
1	Produk Sun Jaya Mandiri Memiliki Ciri Khas Yang Mudah Dikenali					
2	Produk Sun Jaya Mandiri Memiliki Keunggulan Yang Berbeda Dari Produk Lain					
	Kesesuaian Dengan Spesifikasi					
3	Produk Sun Jaya Mandiri Sesuai Dengan Informasi Yang Diberikan					
4	Produk Sun Jaya Mandiri Memenuhi Standar Kualitas Yang Dijanjikan					
	Ketahanan					
5	Produk Sun Jaya Mandiri Tahan Lama Untuk Digunakan					
6	Produk Sun Jaya Mandiri Tidak Mudah Rusak					
	Kehandalan					
7	Produk Sun Jaya Mandiri Dapat Diandalkan Untuk Memenuhi Kebutuhan					
8	Produk Sun Jaya Mandiri Selalu Memberikan Hasil Yang Memuaskan					
	Desain					
9	Produk Sun Jaya Mandiri Memiliki Desain Yang Menarik					
10	Produk Sun Jaya Mandiri Memiliki Kemasan Yang Bagus					

Lampiran 2. Tabulasi Data

Tabulasi X1

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
5	5	4	4	4	5	5	5	4	5
1	1	3	1	4	3	2	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	2	2	2
4	4	4	4	5	4	5	5	5	4
4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	4	5	4	5	5	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	1	1	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	3	4
3	2	3	3	4	4	3	5	5	4
2	3	2	3	3	4	4	3	5	3
3	3	1	5	4	1	2	5	5	4
1	1	1	1	1	1	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	3	3
1	1	1	1	1	1	1	4	3	3
4	5	5	5	4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	5	5	5	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	3	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	5	3
5	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
3	3	4	4	4	4	4	3	5	3
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	3
3	2	2	2	2	3	1	4	5	4
3	3	3	3	4	3	4	5	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
1	2	5	2	3	3	2	4	5	3
3	5	4	3	3	5	2	4	4	3
2	3	5	4	3	3	3	3	3	3
2	3	4	5	3	4	4	3	3	3
2	4	5	4	4	4	3	5	4	4

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
2	4	5	5	5	3	3	3	5	4
2	5	3	3	2	3	2	4	5	5
5	2	2	2	5	3	5	3	5	3
4	4	3	3	2	4	3	5	5	5
4	4	4	4	3	4	3	5	5	5
5	5	3	4	4	3	3	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	5	5	4
3	3	3	3	3	3	3	5	4	4
2	2	3	3	3	2	3	4	5	4
3	2	3	3	3	1	2	4	3	4
5	3	3	3	3	3	3	3	4	5
4	5	4	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
3	4	2	3	3	3	2	3	3	3
4	4	3	4	2	3	3	5	4	5
3	1	5	1	2	1	4	5	4	5
2	3	5	5	3	2	4	5	4	5
3	3	4	4	1	4	5	4	5	5
3	2	3	4	4	3	3	5	3	4
2	3	1	3	1	3	3	3	5	4
3	3	4	3	2	2	2	3	4	3
4	4	5	5	2	4	2	5	4	5
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	5	3
2	2	3	2	3	3	5	3	3	3
4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
1	1	4	2	2	3	5	5	3	3
3	3	4	2	2	2	5	3	3	4
2	4	4	2	1	2	2	3	4	3
3	3	4	3	1	2	2	5	4	4
2	3	5	3	2	3	2	5	4	3
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	3	5	3
4	1	4	4	4	3	3	5	4	5
3	2	3	2	1	4	3	5	4	4
3	2	4	2	1	3	3	4	5	5
3	2	4	3	2	3	3	3	5	5
2	3	3	2	2	3	4	5	3	3
5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
3	3	3	4	2	2	2	5	3	3

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
2	3	4	4	2	2	2	3	3	3
2	3	3	4	3	3	3	3	5	5
2	3	3	3	3	2	4	4	5	4
3	3	3	2	2	2	2	3	4	5
4	5	5	5	4	5	4	5	5	4
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
2	3	3	2	2	2	2	3	3	4
2	3	3	5	4	3	2	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5

Tabulasi X2

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8
5	5	3	4	3	4	5	4
5	4	4	4	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5	5	4
4	5	4	4	4	4	1	2
5	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5
3	4	3	3	2	5	1	1
3	5	4	5	2	3	3	1
4	5	4	5	2	3	2	1
3	5	4	5	4	3	2	3
5	5	4	3	4	3	4	1
5	2	4	3	4	3	3	1
4	2	3	3	4	3	4	1
5	2	3	3	4	3	3	3
5	2	3	3	2	3	2	4
5	5	3	3	2	3	4	1
4	4	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	5	4	5	4
4	4	3	4	4	1	4	4
3	5	2	4	3	3	4	4
2	5	1	2	2	4	4	4
3	2	2	3	1	4	1	2
5	4	5	2	3	4	4	3
1	1	2	3	2	4	3	2
2	3	2	2	5	4	1	3
2	3	2	2	5	4	1	2
2	3	2	2	5	4	1	4
2	3	2	2	5	5	3	2

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8
2	3	2	2	5	5	2	1
2	3	2	4	5	4	4	4
2	2	4	2	2	2	4	5
1	2	2	2	3	2	5	4
5	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2
4	3	4	4	4	4	4	1
3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	1	2
4	4	5	4	4	4	4	1
5	5	4	4	4	4	3	1
5	4	4	4	4	4	3	1
4	4	4	4	3	3	4	1
3	3	4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	4	5	3	2
5	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	2	2	2	3	2	3
3	3	3	3	4	3	1	4
3	3	3	3	4	3	1	2
5	4	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	4	5	5
2	5	4	3	3	5	3	1
2	3	5	3	3	3	1	1
2	3	4	3	3	4	5	5
2	4	5	3	4	4	5	4
2	4	5	3	5	3	4	5
2	5	3	3	2	3	4	1
5	2	2	3	5	3	2	2
1	4	3	3	2	4	4	3
4	4	4	4	3	4	2	2
5	4	5	4	5	5	4	4
3	4	3	3	2	5	1	1
3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	5	5	4	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
2	3	2	2	2	2	3	4
2	3	2	2	2	2	3	3
2	2	3	3	3	2	2	3
2	4	2	3	3	2	2	3

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8
2	4	2	4	2	2	1	4
4	4	4	5	5	4	4	5
3	4	3	3	2	5	2	1
2	3	2	4	4	2	5	4
3	3	2	4	4	2	5	5
2	3	2	3	5	3	5	4
3	3	2	3	2	3	2	2
4	3	2	5	2	3	3	1
5	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	5	4
2	2	2	2	3	3	3	4
5	5	2	5	2	3	4	1
2	1	2	1	2	3	1	2
5	5	4	2	2	3	2	1
3	3	4	2	2	2	1	4
4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	3	3	2	5	2	4
2	3	5	3	2	2	1	3
2	5	5	2	2	2	4	1
5	5	5	4	4	4	4	4
3	4	3	3	2	5	3	4

Tabulasi Y

y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6	y1.7	y1.8
5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	5	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4
5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5
2	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
5	1	5	2	3	2	4
1	1	1	1	2	1	1
4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1
5	4	4	5	5	5	4

y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6	y1.7	y1.8
4	4	5	4	5	5	4
4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	2	2	3	3
2	2	2	3	4	2	3
5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	4
2	2	2	2	3	3	3
3	3	2	3	2	3	3
3	3	3	3	3	2	2
2	4	3	3	4	2	2
2	5	4	3	2	3	3
3	4	2	2	3	3	3
3	5	2	2	5	3	3
3	3	5	2	2	3	2
4	3	5	2	3	2	2
2	2	3	3	5	5	4
2	3	2	3	2	3	2
2	3	3	3	2	3	4
3	3	2	3	4	2	4
3	3	2	3	2	2	3
3	3	3	5	2	3	3
2	4	2	4	2	3	2
4	5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	4
4	3	4	3	3	2	4
5	3	4	3	2	2	4
3	4	3	3	3	3	2
3	4	2	4	4	2	3
5	5	2	3	5	4	2
3	3	4	2	4	2	5
5	4	4	2	5	5	3

y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6	y1.7	y1.8
4	3	3	3	4	2	5
4	4	5	3	4	3	2
5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4
5	4	5	5	4	4	5
2	3	3	5	4	4	3
4	3	3	5	5	5	5
4	2	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
5	4	3	5	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4
3	3	2	2	3	3	4
4	2	2	2	3	3	3
4	2	2	3	4	2	3
5	2	2	2	3	2	3
4	3	4	2	3	3	3
4	4	5	5	5	4	5
4	4	5	5	5	5	4
5	5	5	4	3	5	3
4	4	4	5	5	5	2
4	5	5	5	5	5	2
4	5	4	5	4	4	2
4	4	3	4	3	3	2
5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4
4	3	3	5	5	5	3
3	2	3	3	2	5	3
4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4

Lampiran 3. Hasil Olahan Data

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0.862	0.361	Valid
	X1.2	0.886	0.361	Valid
	X1.3	0.881	0.361	Valid
	X1.4	0.870	0.361	Valid
	X1.5	0.886	0.361	Valid
	X1.6	0.824	0.361	Valid
	X1.7	0.893	0.361	Valid
	X1.8	0.854	0.361	Valid
	X1.9	0.879	0.361	Valid
	X1.10	0.891	0.361	Valid
Harga	X2.1	0.870	0.361	Valid
	X2.2	0.856	0.361	Valid
	X2.3	0.868	0.361	Valid
	X2.4	0.876	0.361	Valid
	X2.5	0.843	0.361	Valid
	X2.6	0.890	0.361	Valid
	X2.7	0.901	0.361	Valid
	X2.8	0.822	0.361	Valid
Keputusan Pembelian	Y1.1	0.873	0.361	Valid
	Y1.2	0.915	0.361	Valid
	Y1.3	0.901	0.361	Valid
	Y1.4	0.858	0.361	Valid
	Y1.5	0.859	0.361	Valid
	Y1.6	0.850	0.361	Valid
	Y1.7	0.911	0.361	Valid
	Y1.8	0.876	0.361	Valid

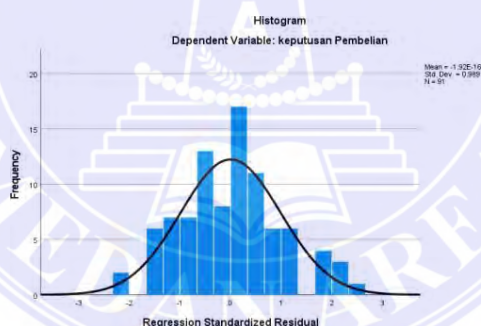
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,822 > 0,6	Reliabel
Harga	0,964 > 0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,968 > 0,6	Reliabel

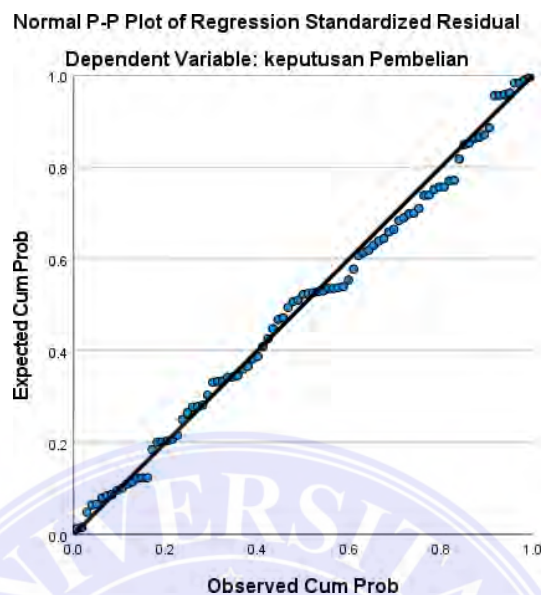
Kategori	Jumlah	
	Responden	Persentase
>35 Tahun	14	15.4
17 - 20 Tahun	32	35.2

Kategori	Jumlah	
	Responden	Persentase
21 - 25 Tahun	39	42.9
26 - 30 Tahun	6	6.6
Total	91	100.0

Kategori	Jumlah	
	Responden	Persentase
Laki - laki	27	29.7
Perempuan	64	70.3
Total	91	100.0

Kategori	Jumlah	
	Responden	Persentase
Ibu Rumah tangga	25	27.5
Karyawan Swasta	22	24.2
Pelajar/Mahasiswa	29	31.9
PNS	5	5.5
Tidak Berkerja	10	11.0
Total	91	100.0





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.51070636
Most Extreme Differences	Absolute		.061
	Positive		.061
	Negative		-.045
Test Statistic			.061
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.536
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.523
		Upper Bound	.548

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

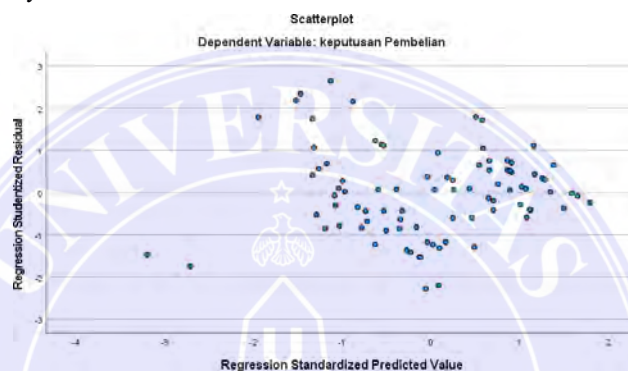
d. This is a lower bound of the true significance.

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.783	2.862		2.370	.020		
	Kualitas Produk	.767	.081	.802	9.483	.000	.751	1.332
	Harga	-.213	.095	-.191	-2.256	.027	.751	1.332

a. Dependent Variable: y



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.783	2.862		2.370	.020
	Kualitas Produk	.767	.081	.802	9.483	.000
	Harga	-.213	.095	-.191	-2.256	.027

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2041.543	2	1020.771	49.055	.000 ^b
	Residual	1831.182	88	20.809		
	Total	3872.725	90			

a. Dependent Variable: keputusan Pembelian

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

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.516	4.56168

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

b. Dependent Variable: keputusan Pembelian



Lampiran 4. Surat Izin Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
 Website: www.ekonomi.uma.ac.id E-Mail: ekonomi@uma.ac.id

Medan, 12 November 2025

Nomor : 3682/FEB/01.1/XI/2025
 Lamp. : -
 Perihal : Surat Pengantar Izin Riset

Kepada Yth,
 Bapak/Ibu
Pimpinan PT Sun Jaya Mandiri
 di –
 Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **PT Sun Jaya Mandiri** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Viky Ade Kushendra
 NPM : 228320154
 Program Studi : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT Sun Jaya Mandiri"** Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di **PT Sun Jaya Mandiri**. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu dalam memfasilitasi proses pengambilan data yang diperlukan. Selain itu, apabila proses penelitian telah selesai, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di tempat Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

A.n Dekan,
**Kepersondang Minat Bakat dan
 Inovasi Program Studi Manajemen**







Lampiran 5. Surat Selesai Riset



Jl. Aman Abadi, Namorih, Kec. Pancur Batu, Kabupaten
Deli Serdang, Sumatera Utara 20353
No Telp 082361939410

Nomor : 13/Sun Jaya Mandiri/Riset/XII/2025

Hal : Konfirmasi Selesai Izin Riset

Kepada Yth

Ketua Program Studi Manajemen

Dengan Hormat,

Berdasarkan Surat Nomor 3682/FEB/01.1/XI/2025 Tanggal 12 November 2025 Perihal tentang izin riset di PT Sun Jaya Mandiri sebagai surat keterangan tugas akhir mahasiswa/i yang bernama.

Nama : Viky Ade Kushendra

NPM : 228320154

Jurusan : Manajemen

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT Sun Jaya Mandiri

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas dapat dinyatakan telah menyelesaikan, hasil tugas akhir di PT Sun Jaya Mandiri kami.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat
Medan, 20 Desember 2025

