

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. ES KOPI SURYA PLASCUP DI KOTA TANGERANG SELATAN

Achmad Muzizaturrohim¹, Rissa Hanny²

¹Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jl. Surya
kencana No. 1 Pamulang Tangerang Selatan

²Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jl. Surya
kencana No. 1 Pamulang Tangerang Selatan

*Penulis Korespondensi: Jizatmu@gmail.com¹, dosen01032@unpam.ac.id²

Abstract. *The purpose of this study is to determine the Price Variable (X1), Product Quality (X2), Purchasing Decision (Y), and the Influence of Price and Product Quality on Purchasing Decisions at PT. Es Kopi Surya Plascup in South Tangerang City. This research method uses a quantitative method with a descriptive approach and the population in this study is 2,120 consumers. The sample used in this study uses the entire population of 96 consumers as respondents. In this study the sampling technique used is nonprobability sampling. The results of the Promotion variable have a significant effect on Purchasing Decisions with a calculated t value of 7.974 > t table 1.661 and a sig. value of 0.000 < 0.05 The results of the Product Quality variable significantly influence Purchasing Decisions with a calculated t value of 8.081 > t table 1.660 and a sig. value. of 0.000 < 0.05 The results of the Price and Product Quality variables simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions with a calculated f value of 38.194 > f table 3.095 and a sig value of 0.000 < 0.5.*

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decision

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Keputusan Pembelian (Y), dan Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Es Kopi Surya Plascup Di Kota Tangerang Selatan. Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 2,120 konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan seluruh jumlah populasi yang berjumlah 96 konsumen sebagai responden. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling. Hasil variabel Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung sebesar 7,974 > t tabel 1,661 dan nilai sig. sebesar 0,000 < 0,05 Hasil dari variabel Kualitas Produk secara signifikan terhadap keputusan Pembelian dengan nilai t hitung sebesar 8,081 > t tabel 1,660 dan nilai sig. sebesar 0,000 < 0,05 Hasil variabel Harga dan Kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan Keputusan Pembelian dengan nilai f hitung 38,194 > f tabel 3,095 dan nilai sig 0,000 < 0,5.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri kopi di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini didukung oleh tren konsumsi kopi yang semakin meningkat di kalangan masyarakat, terutama generasi muda. Kehadiran coffee shop modern dan kopi gerobak kekinian menjadi salah satu indikator pesatnya pertumbuhan industri ini. Dalam berbagai sudut kota hingga pelosok daerah, coffee shop dan gerobak kopi hadir menawarkan berbagai varian rasa dengan harga yang terjangkau. Tren ini tidak hanya menciptakan peluang bisnis baru, tetapi juga mendorong permintaan terhadap kebutuhan penunjang seperti gelas cup sablon sebagai salah satu atribut utama dalam penyajian produk kopi.

Tabel 1. 1

Data Toko Sablon Gelas Cup di Sekitar PT. Es Kopi Surya Plascup

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT. ES KOPI SURYA PLASCUP DI KOTA TANGERANG SELATAN**

No	Nama Usaha	Alamat
1	CETAK CUP	Jl. Flamboyan I No.29, Rempoa, Kec. Ciputat Timur
2	Pusat Sablon Cup	Jl. Depsos Raya, RT.4/RW.1, Bintaro, Kec. Pesanggrahan
3	Sablon Cup Jakarta	Jl. Pd. Betung Raya No.18, Pd. Betung, Kec. Pd. Aren
4	HerHaz Cup Sablon	Jl. Wijaya Kusuma Ujung X, RT.13/RW.1, Pd. Betung, Kec. Pd. Aren
5	Cetak Logo Cup	Blok C no.34, Jl. IKPN Bintaro, Bintaro, Pesanggrahan, Jakarta, 12330

Sumber: Observasi penulis 2024

PT. Eskopi Surya Plascup, sebagai salah satu pelaku industri percetakan gelas cup sablon, menghadapi ketatnya persaingan menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak pilihan, baik dari segi harga maupun kualitas, sehingga mereka cenderung berpindah ke kompetitor yang menawarkan nilai lebih sesuai kebutuhan mereka berdampak signifikan dari meningkatnya jumlah kompetitor sejenis di pasar. Fenomena ini berpengaruh pada penurunan keputusan pembelian oleh pelanggan seperti yang ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 1. 2
Data Penjualan PT. Eskopi Surya Plascup Periode 2022-2024

Total Perbulan	2022		2023		2024	
	Target	Aktual	Target	Aktual	Target	Aktual
Januari	100	98	150	124	200	212
Februari	100	105	150	154	200	207
Maret	100	122	150	173	200	187
April	100	131	150	158	200	205
Mei	100	155	150	184	200	165
Juni	100	131	150	142	200	178
Juli	100	112	150	198	200	165
Agustus	100	152	150	221	200	172
September	100	102	150	245	200	164
Oktober	100	141	150	253	200	154
November	100	156	150	242	200	169
Desember	100	145	150	204	200	142
Total	1200	1550	1800	2298	2400	2120

Sumber: Data Customer 2022-2024 PT. Eskopi Surya Plascup

Berdasarkan data penjualan PT Eskopi Cup pada tahun 2024, terdapat penurunan performa dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan. Total target penjualan tahun 2024 adalah 2.400 unit, namun realisasi penjualan hanya mencapai 2.120 unit. Hal ini menunjukkan pencapaian sebesar 88,3% dari target, atau terdapat kekurangan sebesar 280 unit dari target keseluruhan.

**Tabel 1. 3
Perbandingan Harga Kompetitor**

No	Daftar Perbandingan Harga Sablon Gelas Cup					
	PT. Eskopi Surya Plascup		Pusat Sablon Cup		Sablon Bintaro	
	Produk	Harga 500pcs	Produk	Harga 500pcs	Produk	Harga
1	Plastik cup pp 12 oz Datar	Rp 300.000	PP 12 oz Datar	Rp 295.000	PP 12 oz Datar	Rp 299.000
2	Paper cup double wall 8 oz	Rp 650.000	Double Wall 8	Rp 625.000	Double Wall 8	Rp 230.000
3	Plastik cup pet 14 oz Datar	Rp 350.000	PET 14 oz Datar	Rp 350.000	PET 14 oz Datar	Rp 348.000
4	Paper bowl 650ml	Rp 625.000	Bowl 650ml	Rp 600.000	Bowl 650ml	Rp 610.000
5	Paper bowl 800ml	Rp 650.000	Bowl 800ml	Rp 620.000	Bowl 800ml	Rp 632.000

Sumber: Observasi Penulis (2024)

Tabel di atas menyajikan perbandingan harga sablon gelas cup antara PT Eskopi Surya Plascup dan salah satu kompetitor, Pusat Sablon Cup dan Bintaro Cup. Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa harga produk PT Eskopi Surya Plascup secara umum lebih tinggi dibandingkan kompetitor. Misalnya, produk Plastik Cup PP 12 oz Datar dijual dengan harga Rp 300.000 per 500 pcs oleh PT Eskopi Surya Plascup, lebih tinggi Rp 5.000 untuk pusat sablon dan 1000 untuk sablon bintaro. Begitu pula dengan Paper Cup Double Wall 8 oz yang dihargai Rp 650.000, lebih mahal Rp 25.000 dari pusat sablon dan 20.000 dari sablon bintaro. Untuk produk Paper Bow 650ml, harga PT Eskopi Surya Plascup berkisar Rp 25.000 di bandingkan pusat sablon dan 2000 untuk sablon bintaro lebih mahal dibandingkan pusat sablon dan sablon bintaro. Namun, pada produk Plastik Cup PET 14 oz Datar, kedua penyedia menawarkan harga yang sama tetapi berbeda pada sablon bintaro, yaitu Rp 348.000. lebih murah.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Manajemen pemasaran

Pengertian manajemen secara sederhana adalah mengatur, pengaturan yang dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen. Manajemen merupakan suatu proses merencanakan, mengorganisasikan juga melakukan pengawasan terhadap sumber daya yang ada untuk mewujudkan tujuan yang direncanakan secara efektif dan efisien.

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran bagi seluruh pelaku bisnis adalah suatu kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh bagi kelangsungan hidup, laba dan pertumbuhan. Menurut Ngatno, (2018:8) “Pemasaran adalah suatu proses manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan an mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen”. Sedangkan menurut Sunyoto, (2019:19), “pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan”. Menurut Tjiptono, (2019), pemasaran merupakan aktivitas, serangkaian intuisi dan proses

menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum.

1. Pengertian Harga

Harga adalah elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Selain itu harga yang ditawarkan juga dapat menjadi factor setiap konsumen untuk menjadikan patokan perbandingan. Menurut William J. Stanton dalam Indrasari, (2019:36) harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2020:37) menjelaskan bahwa; “Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan”.

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (consumer behavior) sehingga konsumen memiliki kebiasaan berbeda. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Indrasari (2019) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu dan tindakan tertentu, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan”.

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang telah ditentukan, yaitu "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Eskopi Surya Plascup", maka jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, seperti data hasil pengukuran, data hasil perhitungan, dan data hasil survei. Dalam penelitian ini, data kuantitatif akan diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen PT. Eskopi Surya Plascup. Penelitian ini memberikan gambaran permasalahan untuk mencari hubungan antara variabel X1 (Harga) dan X2 (Kualitas Produk) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian). Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

1.2 Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi

Pengertian Menurut Sugiyono (2017:80), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian adalah data member PT. Eskopi Surya Plascup.

Maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada tahun 2021 sampai 2024 dengan jumlah populasi 2.120 Konsumen

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berupa Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Eskopi Surya Plascup.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik terdapat beberapa uji penelitian seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokolerasi, dan uji heterokedasitas.

1. Uji Normalitas

Tabel 4. 1
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov – Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		96	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.52539193	
Most Extreme Differences	Absolute	.103	
	Positive	.069	
	Negative	-.103	
Test Statistic		.103	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.247^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.236
		Upper Bound	.258

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26

Tabel diatas, maka diperoleh nilai Monte Carlo Sig (2-tailed) yaitu 0,247 dimana nilai sig 0,05 sehingga $0,247 > 0,05$ maka data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 2
Hasil Uji Multikolinearitas dengan Collinearity Statistic

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	14.308	3.302		4.333	.000		
	Harga	.423	.160	.341	2.638	.010	.354	2.826
	Kualitas	.401	.141	.366	2.837	.006	.354	2.826

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa, nilai *Tolerance* Harga sebesar 0,354 dan Kualitas Produk sebesar 0,354 sehingga kedua nilai ini < 1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dimana pada variabel Harga sebesar 2,826 sedangkan untuk variabel Kualitas Produk sebesar 2,826 sehingga nilai untuk variabel Harga dan Kualitas Produk pada $VIF < 10$. Dengan demikian model regresi ini tidak ada gangguan multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastitas

Tabel 4. 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Collinearity Statistic

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.734	1.910		5.621	.000
	Harga	-.099	.093	-.169	-1.068	.288
	Kualitas	-.139	.082	-.270	-1.707	.091

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji diatas dapat dilihat bahwa variabel Harga mempunyai nilai sig sebesar 0,288 maka nilai ini $> 0,05$ sedangkan pada variabel Kualitas Produk mempunyai nilai sebesar 0,091 maka nilai ini $> 0,05$. Dari pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa pada variabel Harga dan Kualitas Produk tidak terjadi heteroskedasitas.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 4. 4
Hasil Uji Autokorelasi dengan Uji Watson

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.672 ^a	.451	.439	3.56310	2.219

a. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dalam penelitian uji ini, tidak terjadi autokorelasi karena adanya bukti pada nilai Durbin-Watson sebesar 2,219 yang berada diantara 1,55-2,46 dan masuk dalam kategori tidak mengalami gangguan autokorelasi.

Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Tabel 4. 5
Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.089	3.412		4.423	.000
	Total Harga	.788	.099	.635	7.974	.000

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas, variabel harga mempunyai nilai t hitung sebesar 7,974 $> t$ tabel 1,661 dan nilai sig. sebesar 0,000 $< 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak

dan Ha1 diterima sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Es Kopi surya plascup di kota tangerang selatan.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	18.855	2.904		6.493
	Total X2	.700	.087	.640	8.081
					.000

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas, variabel harga mempunyai nilai t hitung sebesar 8,081 > t tabel 1,660 dan nilai sig. sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho2 ditolak dan Ha2 diterima sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Es Kopi surya plascup di kota tangerang selatan.

2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 4. 7
Hasil Uji Simultan (Uji f) Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	969.803	2	484.902	38.194	.000^b
	Residual	1180.697	93	12.696		
	Total	2150.500	95			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh f tabel sebesar 3,095 sehingga nilai f hitung sebesar 38,194 dan nilai sig sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 memiliki pengaruh secara bersama – sama terhadap Y dimana nilai f hitung 38,194 > f tabel 3,095 dan nilai sig 0,000 < 0,05. Maka Ha3 diterima dan H0 ditolak.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan Deskriptif

Penjelasan atau pembahasan deskriptif digunakan untuk menjelaskan mengklarifikasi suatu kejadian yang sesuai dengan kenyataan dengan cara mendeskripsikan variabel yang telah diteliti oleh peneliti.

1. Pembahasan skor berdasarkan variabel Harga (X1)

Hasil skor rata – rata pada variabel Harga adalah sebesar 4,18% yang termasuk ke dalam kriteria baik dengan skala interval sebesar 3,40 – 4,19. Dengan jumlah responden sebanyak 96 responden, sebanyak 46% responden menjawab Sangat Setuju (SS), sebesar 38% responden menjawab Setuju (S), 0,7% responden menjawab Kurang Setuju (KS), 0,4% responden menjawab Tidak Setuju, dan 0,3% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

2. Pembahasan skor berdasarkan variabel Kualitas Produk (X2)

Hasil skor rata – rata pada variabel Kualitas Produk adalah sebesar 4,11 yang termasuk ke dalam kriteria baik dengan skala interval sebesar 3,40 – 4,19. Dengan jumlah responden sebanyak 96 responden, sebanyak 42% responden menjawab Sangat Setuju (SS), 40% responden menjawab Setuju (S), 0,7% responden menjawab Kurang Setuju (KS), 0,5% responden menjawab Tidak Setuju (TS) dan 0,3% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

3. Pembahasan skor berdasarkan variabel Keputusan Pembelian (Y)

Hasil skor rata – rata pada variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 4,17% yang termasuk ke dalam kriteria baik, dengan skala interval sebesar 3,40 – 4,19. Dengan jumlah responden sebanyak 96 responden, sebanyak 42% responden menjawab Sangat Setuju (SS), 40% responden menjawab Setuju (S), 0,8% responden menjawab Kurang Setuju (KS), 0,4% responden menjawab Tidak Setuju (TS), dan 0,2% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Pembahasan Kuantitatif

Penjelasan atau pembahasan kuantitatif bertujuan untuk membahas tentang pengaruh dan signifikansi variabel dan pembahasan kriteria teori yang mendukung dicocokkan dengan hasil pengolahan data.

1. Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai regresi sederhana dari variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan $Y = 15,089 + 0,788 X1$. Pada hasil perhitungan uji koefisien korelasi diperoleh nilai sebesar 0,788 yang artinya variabel tersebut mempunyai hubungan yang kuat sedangkan pada koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,635 atau 6,35%. Selanjutnya, hasil perhitungan pada uji hipotesis atau uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,974 > 1,661$) dengan diperkuat hasil dari nilai $value < sig$ 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Jadi kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT. Es Kopi surya plascup di kota tangerang selatan.

2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai regresi sederhana dari variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan $Y = 18,855 + 0,700 X2$. Pada hasil perhitungan uji koefisien korelasi diperoleh nilai sebesar 0,700 yang artinya variabel tersebut mempunyai hubungan yang kuat sedangkan pada koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,451 atau sebesar 4,51%. Selanjutnya, hasil perhitungan pada uji hipotesis atau uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,081 > 1,661$) dengan diperkuat hasil dari nilai $value < sig$ 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Jadi kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT. Es Kopi surya plascup di kota tangerang selatan.

3. Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai regresi sederhana dari variabel Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan $Y = 14,308 + 0,423X1 + 0,401X2$. Pada hasil perhitungan uji koefisien korelasi diperoleh nilai sebesar 0,672 yang artinya variabel tersebut mempunyai hubungan yang kuat sedangkan pada koefisien determinasi secara Simultan diperoleh nilai R Square sebesar 0,451 atau 4,51%. Selanjutnya, hasil perhitungan pada uji hipotesis atau uji f dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($38,194 > 3,095$) dengan diperkuat hasil dari nilai $value < sig$ 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H_{03} ditolak H_{a3} diterima. Jadi kesimpulannya adalah terdapat pengaruh

yang signifikan antara variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT. Es Kopi surya plascup di kota tangerang selatan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan pada setiap bab beserta hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variable Harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 15,089 + 0,788 X1$. Pada hasil uji diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi pada variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh 0,635 dimana berada di 0,60 – 0.799. Jadi variabel X1 memiliki hubungan kuat sedangkan pada koefisien determinasi untuk variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada R Square sebesar 0,403 atau sebesar 40,3%. Selanjutnya, hasil uji hipotesis atau uji t hitung sebesar $7,974 > t$ tabel 1,661 dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Es Kopi surya plascup di kota tangerang selatan.
2. Variable Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 18,855 + 0,700 X2$. Pada hasil uji di atas menunjukkan nilai koefisien korelasi pada variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh 0,640 dimana berada di 0,60 – 0.799. Jadi variabel X2 memiliki hubungan kuat sedangkan pada nilai koefisien determinasi untuk variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada R Square sebesar 0,410 atau sebesar 41,0% selanjutnya hasil uji hipotesis atau uji t hitung sebesar $8,081 > t$ tabel 1,660 dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Es Kopi surya plascup di kota tangerang selatan.
3. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai regresi sederhana dari variabel Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan $Y = 14,308 + 0,423X1 + 0,401X2$. Pada hasil perhitungan uji koefisien korelasi diperoleh nilai sebesar 0,672 yang artinya variabel tersebut mempunyai hubungan yang kuat sedangkan pada koefisien determinasi secara Simultan diperoleh nilai R Square sebesar 0,451 atau 45,1%. Selanjutnya, hasil perhitungan pada uji hipotesis atau uji f dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($38,194 > 3,095$) dengan diperkuat hasil dari nilai $value < sig$ $0,05$ ($0,000 < 0,05$) sehingga H_03 ditolak H_{a3} diterima. Jadi kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT. Es Kopi surya plascup di kota tangerang selatan.

Keterbatasan Penelitian

Dari hasil pengalaman peneliti dalam melakukan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan oleh peneliti agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi. Berikut keterbatasan yang telah dialami oleh peneliti, yaitu:

1. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti hanya bisa menjangkau disekitaran wilayah PT. Es Kopi Surya Plascup Di Kota Tangerang Selatan

2. Jumlah responden 96 orang yang tentunya masih mempunyai kekurangan atau keterbatasan dalam menyampaikan keadaan yang sebenarnya.
3. Dalam penyebaran kuesioner serta pengolahan data, responden memberikan pendapat yang belum tentu sesuai dengan keadaan sebenarnya. Hal ini dapat terjadi karena adanya perbedaan pendapat, pemikiran, pemahaman, kejujuran yang berbeda – beda setiap responden dalam pengisian kuesioner.

Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang diberikan dari penulis:

1. Pada Variabel Harga dapat menunjukkan bahwa harga di PT. Eskopi surya plascup cukup lebih tinggi dibandingkan dengan Pusat sablon Cup dan Sablon bintangon, perusahaan disarankan untuk melakukan evaluasi terhadap struktur biaya yang strategi penetapan harga yang di terapkan.PT.Eskopi cup dapat meninjau kembali efesien proses produksi, pengadaan bahan baku, serta biaya operasional guna menekan biaya tanpa mengurangi kualitas produk.
2. Pada Variabel Kualitas Produk dapat dilihat pada indikator daya tahan dengan pertanyaan PT Es Kopi Placup memiliki ketahanan produk akan kualitas produk sesuai dengan hasil yang diinginkan” mempunyai skor yang terendah dibandingkan dengan indikator dan pertanyaan lainnya sehingga PT Es Kopi Plascup perlu memaksimalkan kualitas pada daya tahan cup pada Produksi yang sesuai dengan keinginan yang sudah ditawarkan kepada konsumen.
3. Pada variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada indikator Pilihan Produk ”Terdapat banyak variasi pilihan dari produk di PT Es Kopi Plascup” mempunyai skor yang terendah dibandingkan dengan indikator dan pertanyaan lainnya sehingga PT Es Kopi Plascup harus melakukan upaya peningkatan inovasi produk dan menjaga kualitas produk agar konsumen puas terhadap pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen: Teori Dan Aplikasi. In *AE Publishing* (p. 1). AE Publishing.
- Erma Widiana, M. (2020). *Pengantar Manajemen* (Y. Sutarso (ed.); 1st ed.). CV. Pena Persada.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Pengantar manajemen* (C. : Morris Sartono (ed.); Issue January). Deepublish.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25 edisi 9*. Badan Penerbit Undip. <https://doi.org/979-704-015.1>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *PRINCIPLES OF MARKETING* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Y. Sri Hayati (eds.); 13th ed.). Penerbit Erlangga.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Digimedia.
- Sunyoto, D. (2019). *DASAR-DASAR MANAJEMEN PEMASARAN* (T. Admojo (ed.); Vol. 3). Center of Academic Publishing Service.
- Sutanto, E. B., & Solihin, D. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. ES KOPI SURYA PLASCUP DI KOTA TANGERANG SELATAN

Pelanggan Pada Pt Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang. *Prosiding Seminar Nasional*, 2(1), 198–206. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.860>

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa : prinsip, penerapan, dan penelitian* (A. Diana (ed.)). ANDI.

Jurnal:

Abadi, M. S. (2022). Pengaruh Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Geprek Mantul di Kabupaten Magelang. *JIEM Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 13(1), 24–34. <https://doi.org/10.55606/optimal.v2i3.459>

Agustin, T., & Fadillah, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Farmers Market Kalibata City (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Retail Farmers Market Kalibata City). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 582. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13399>

Ahyani, A. (2023). The influence of product quality and service quality on consumer satisfaction. *Journal of Economics and Business Letters*, 3(5), 11–17. <https://doi.org/10.55942/jebli.v3i5.242>

Boimau, H., & Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(2), 169–187. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4014>

Efendi, A. N., & Mubarak, A. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Resep dari Amih di Pasar Kita Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 4(2), 182–194. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v4i2.39221>

Fasa, F., & Candra, A. (2024). Pengaruh Harga , Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen PT . Auto 2000 Bandar Lampung Data Penjualan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 7(1), 54–65.

Hastono, H., & Diana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Fasta Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pepper Lunch Cabang Central Park Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 163. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i2.11030>

Nurlia, R., Indriani, W., & Wuryanti, L. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI (STUDI KASUS MOBIL PEJERO SPORT CABANG LAMPUNG SELATAN)*. 1(1).

Putri, J. A., & Faroh, W. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Toko Online Bobby Bakery). *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(3), 637. <https://doi.org/10.32493/jism.v3i3.33322>

Tawakkal, E., Suaib, H., & Zein, E. M. (2021). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(3), 384. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i3.11149>