



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY SUBLIM PADA TOKO SYARIF JERSEY KABUPATEN TANGERANG

Muhamad Ugi¹, Dewi Ningsih²,

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

** muhammadugi09@gmail.com¹, dosen02453@unpam.ac.id²,*

Abstract. *The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions. The research method used is quantitative descriptive method. The sampling technique used the rao purba formula, so that a sample of 96 respondents was obtained. While the primary data collection technique is through a questionnaire which is processed using the SPSS Version 27 application system. The data analysis method uses validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, and hypothesis testing. The result of this study is that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a coefficient of determination of 66.5% and hypothesis testing $t_{count} > t_{table}$ or $(13.646 > 1.98552)$ or significance $0.000 < 0.05$. The price has a positive and significant effect on purchasing decisions with a coefficient of determination of 74.2% and the hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(16,457 > 1.98552)$ or a significance of $0.000 < 0.05$. the effect of product quality and price simultaneously has a positive and significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 2,680 + 0,240X_1 + 0,623X_2$. The coefficient of determination is 72.2%, the hypothesis test obtained the value of $F_{count} > F_{table}$ or $(158,022 > 2.70)$.*

Keywords: *Product quality, Price, Purchase Decision*

Abstrak Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terdapat keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Rao purba, sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Sedangkan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner yang diolah menggunakan sistem aplikasi SPSS Versi 27. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 66,5 % dan uji hipotesis $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(13,646 > 1.98552)$ atau signifikansi $0,000 < 0,05$. harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 74,2% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(16,457 > 1.98552)$ atau signifikansi $0,000 < 0,05$. pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 2,680 + 0,240X_1 + 0,623X_2$. Nilai koefisien determinasinya sebesar 72,2%, Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(158,022 > 2,70)$.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi, dunia bisnis saat ini ikut mengalami banyak perubahan yang begitu cepat. Konsumen menuntut dan menginginkan suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan baik dalam negeri maupun luar negeri saling menciptakan berbagai macam produk dengan kebutuhan dan selera konsumen yang berbeda-beda. Hal ini menyebabkan perusahaan wajib memahami perilaku konsumen

yang selalu berkembang dengan cepat karena penting untuk menentukan pengambilan keputusan pembelian.

Tabel 1.1
Data Penjualan Toko Syarif Jersey dari Tahun 2020-2022

Tahun	Penjualan (pcs)	Target (pcs)
2020	5.076	5.500
2021	4.692	5.000
2022	3.744	4.000

Sumber : Toko Syarif Jersey

Data pada table 1.1 dapat di simpulkan bahwa jersey sublim di Syarif Jersey mengalami penurunan penjualan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, hal ini mengindikasikan adanya masalah atau penurunan pada penjualan di syarif jersey. Syarif jersey menawarkan harga yang lebih mahal dari pesaing lainnya seperti Eycd Store dan Silverlightapparel, akan tetapi tidak sebanding dengan kualitas yang di produksi.

Tabel 1.2
Harga Produk Sejenis

Nama Toko	Harga Jersey
Syarif Jersey	Rp. 130.000 – Rp. 180.000
Eycd Store	Rp. 115.000 – Rp. 150.000
Silverlightapparel	Rp. 100.000 – Rp. 135.000

Sumber : Penelitian Lapangan

Data pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa harga di Syarif Jersey lebih mahal di bandingkan dengan toko pesaingnya yaitu Eycd Store dan Silverlightapparel. Namun kualitas dari ketiga toko tersebut tidak sama, hal ini menguatkan konsumen lebih memilih toko yang memiliki kualitas yang baik dan harga yang lebih terjangkau di bandingkan harga di Toko Syarif Jersey. Selain harga hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu kualitas produk.

Tabel 1.3
Data Kualitas Material Produk Sejenis

Nama Toko	Material bahan jersey
Syarif Jersey	Waffle
Eycd Store	Milano
Silverlightapparel	Benzema

Sumber : Toko Syarif Jersey

Data pada table 1.3 dibandingkan dengan bahan jersey jenis lain, bahan jersey waffle cenderung sangat tipis, tidak menyerap keringat ketika di pakai berolahraga dan hasilnya kurang maksimal jika di padukan dengan sublim.

Dengan adanya penurunan dan kenaikan data jumlah pembelian yang frukuatif tentunya sangat berpengaruh terhadap jumlah pendapatan dan kepetusan pembelian yang diperoleh perusahaan, apabila banyak konsumen yang melakukan tindakan pembelian di Toko Syarif Jersey maka dampaknya adalah tingkat keputusan pembelian yang dihasilkan juga meningkat begitu juga sebaliknya.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Manajemen

Menurut Anoraga (2016:109) berpendapat “Manajemen adalah proses yang tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang digunakan baik ilmu pengetahuan maupun keahlian dalam rangka usaha mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan”.

1. Pengertian Pemasaran

Menurut Daryanto (2016:1) “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”.

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran (marketing manajemen) merupakan analisis perencanaan, implementasi, dan pengendalian atas program-program yang di desain untuk menciptakan, membangun, dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasional atau tujuan-tujuan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2017:6), manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik.

1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:347) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

1. Pengertian Harga

Menurut Samsul Ramli (2017:51), pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk dan bukan indicator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk.

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen tidak hanya tentang apa yang dibeli atau dikonsumsi oleh konsumen saja, tetapi juga dimana, bagaimana kebiasaan dan dalam kondisi macam apa produk dan jasa yang dibeli.

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Terdapat 3 variabel penelitian yaitu, 2 variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independent yang pertama yaitu Kualitas Produk dengan symbol XI, dan variabel yang kedua adalah Harga dengan symbol X2. Sedangkan satu variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian dengan symbol Y.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2017:215) berpendapat bahwa populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dari pengertian diatas, disimpulkan populasi adalah keseluruhan karakteristik atau sifat subjek atau objek yang dapat ditarik sebagai sampel.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:215) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik nonprobability sampling (tidak semua populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel), dengan metode Purposive Sampling yaitu teknik pengambilan sampelnya dengan pertimbangan tertentu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.2.3 Pengujian Asumsi Klasik

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,97841868
Most Extreme Differences	Absolute	,225
	Positive	,203
	Negative	-,225
Test Statistic		,225
Asymp. Sig. (2-tailed)		,061

Sumber: Diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas menghasilkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,061 > 0,05$. Hasil tersebut berdistribusi normal.

Penelitian ini di olah dengan menggunakan SPSS Versi 24, seperti terlihat pada gambar di bawah ini, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan grafik probabilitas plot, dimana residu variabel dapat dideteksi dengan melihat sebaran titik residu berikut. arah garis diagonal:

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.14
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,680	1,846			1,452	,150		
Kualitas Produk	,240	,068	,316		3,520	,001	,303	3,302
Harga	,623	,094	,598		6,650	,000	,303	3,302

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai *tolerance* variabel kualitas pesesbesar 0,303 dan harga sebesar 0,303 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel kualitas pelayanan

sebesar 3,302 dan variabel harga sebesar 3,302 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,879 ^a	,773	,768	2,000	1,868

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada gangguan autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1,868 yang berada diantara interval 1.550 – 2.460.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.17
Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,122	,048			2,524	,013
Harga	,002	,003	,126		,636	,526
Keputusan Pembelian	-,004	,003	-,337		-1,698	,093

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas model uji Glejser pada variabel (X1) kualitas pelayanan dan harga (X2) menghasilkan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 dan 0,013, dimana nilai signifikansi keduanya (Sig.) > 0,05, sesuai hasil pengujian pada tabel diatas. Maka dapat disimpulkan tidak adanya gangguan heteroskedastisitas pada model regresi pada data ini, maka model tersebut dapat digunakan sebagai data penelitian.

4. Pengujian Hipotesis.

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Tabel 4.27

Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel kualitas produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	7,878	2,020			3,899	,000
Kualitas Produk	,618	,045	,815		13,646	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (13,646 > 1,98552). Hal ini juga dibuktikan dengan nilai signifikansinya, Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembeli.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).

Tabel 4.29

**Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2)
Terhadap Keputusan Pembeli (Y)**

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1263,646	2	631,823	158,022	,000 ^b
Residual	371,843	93	3,998		
Total	1635,490	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber: diolah 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai *F hitung* > *F tabel* atau (158,022 > 2,70), hal ini juga diperkuat dengan signifikansi 0,000 < 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1)

Total *mean* kualitas produk adalah 4,43. Dengan jawaban responden memberikan jawaban sangat baik dan sebanyak 52% responden menjawab Sangat Setuju (SS), 38% menjawab Setuju (S), 8% menjawab Tidak Setuju (KS), 12% menjawab Tidak Setuju (TS), dan 0% menjawab Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Pengaruh Harga (X2)

Total *mean* harga adalah 4,40. Dengan jawaban responden memberikan jawaban sangat baik dan sebanyak 53% responden menjawab Sangat Setuju (SS), 37% menjawab Setuju (S), 9% menjawab Tidak Setuju (KS), 1% menjawab Tidak Setuju (TS), dan 0% menjawab Sangat Tidak Setuju (STS)

3. Pengaruh keputusan pembelian (Y)

Total *mean* keputusan pembelian adalah 4,19 dengan jawaban responden memberikan jawaban sangat baik dan sebanyak 55% responden menjawab Sangat Setuju (SS), 33% menjawab Setuju (S), 10% menjawab Tidak Setuju (KS), 2% menjawab Tidak Setuju (TS), dan 0% menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

4.3.1 Pembahasan Deskriptif

4.3.2 Pembahasan Kuantitatif

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 7,878 + 0,618 X_1$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,815 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi atau sumbangan pengaruh sebesar 66,5% sedangkan sisanya (100-66,5%) = 33,5 % dipengaruhi oleh faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai *t hitung* > *t tabel* atau (13,646 > 1.98552). Oleh karena itu, H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dan penelitian ini sejalan dengan Nabila Iwan sahara (2021) dengan hasil nilai *t hitungnya* sebesar 3,264 dan (sig.) sebesar 0,002 kualitas produk berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena, semakin baik kualitas produk, semakin besar minat konsumen untuk membelinya, konsumen yang merasa berminat akan melakukan keputusan, pembelian dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, kualitas produk merupakan bagian terpenting dalam pemasaran yang harus diperhatikan

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 3,597 + 0,898 X_2$. nilai koefisien korelasi sebesar 0,862 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi atau sumbangan pengaruh sebesar 74,2% sedangkan sisanya $(100-74,2\%) = 25,8\%$ dipengaruhi oleh faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $(16,457 > 1.98552)$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dan penelitian ini sejalan dengan Nabila Iwan sahara (2021) dengan nilai 6,404 dan (Sig.) sebesar 0,000 terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian, artinya Harga merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen karena harga dapat memengaruhi persepsi nilai produk. Konsumen mungkin menganggap produk dengan harga lebih rendah sebagai tawaran menarik dan mendapatkan nilai yang sepadan, harga yang tinggi dapat menyebabkan keputusan pembelian yang rendah, sedangkan harga yang rendah dapat menyebabkan keputusan pembelian yang tinggi, harga yang terjangkau, sesuai dengan manfaat, dan bersaing dengan produk lain sejenis dapat memengaruhi keputusan pembelian sebesar 96,2%

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

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 2,680 + 0,240X_1 + 0,623X_2$. nilai koefisien korelasi sebesar 0,850 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi atau sumbangan pengaruh sebesar 72,2 % sedangkan sisanya sebesar $(100-72,2\%) = 27,8\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau $(84,491 > 2,70)$, Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya secara simulatan kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dan penelitian ini sejalan dengan Nabila Iwan sahara (2021) Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, artinya Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan minat beli konsumen. Konsumen yang merasa berminat akan memutuskan untuk membeli produk tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Dan harga yang sesuai dengan kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Sebaliknya, jika harga tidak sesuai dengan kualitas produk, maka keputusan pembelian konsumen akan menurun.

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian jersey sublim pada toko syarif jersey kabupaten tangerang maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi $Y = 7,878 + 0,618 X_1$. Nilai koefisien determinasi sebesar 66,5% , uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(13,646 > 1.98552)$ Hal ini diperkuat dengan nilai ρ value $< Sig.0,05$. Dengan demikian maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi $Y = 3,597 + 0,898 X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 66,5% , uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(16,457 > 1.98552)$ Hal ini diperkuat dengan nilai ρ value $< Sig.0,05$. Dengan demikian maka H_{02} ditolak dan H_2 diterima. Artinya harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi $Y = 2,680 + 0,240X_1 + 0,623X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 66,5% , uji hipotesis diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(158,022 > 2,70)$, Hal ini diperkuat dengan nilai ρ value $< Sig.0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya secara simulatan kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih mempunyai banyak kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuesioner, dan jawaban responden mungkin tidak mencerminkan keadaan sebenarnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya akan lebih komprehensif jika kita menambahkan metode lain yang lebih akurat atau menambahkan variabel lain.
2. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Toko Jersey Syarif hanya terdiri dari dua variabel yaitu kualitas produk dan harga, namun tentunya masih banyak faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan pembelian, namun peneliti tidak memasukkan hal tersebut .

5.3 Saran

Berdasarkan pada hasil kesimpulan di atas sebagai hasil penelitian, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian kuisisioner, skor terendah pada variabel kualitas produk adalah yang memuat pernyataan “Produk jersey di syarif jersey tidak awet dan tidak tahan lama ” dengan skor mean 3,47 yaitu skor antara 3,40 hingga 4,19. Termasuk dalam kategori “baik” (B). Oleh karena itu perusahaan harus memiliki kualitas produk yang tahan lama sehingga pelanggan merasa puas dengan kualitas produk tersebut dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

2. Berdasarkan hasil penelitian kuisioner, skor terendah pada variabel harga adalah yang memuat pernyataan “Harga produk di syarif jersey kurang ekonomis dibanding dengan produk sejenis yang di jual kompetitor ” dengan skor mean 3,45 yaitu skor antara 3,40 hingga 4,19. Termasuk dalam kategori “baik” (B). Peneliti harus mengkaji ulang terhadap harga dimana pelanggan banyak yang kecewa dengan harga sehingga pelanggan memilih yang lain, oleh sebab itu maka perusahaan harus menerapkan harga sesuai pasaran dengan kualitas yang baik agar meningkatkan perusahaan agar maju.
3. Berdasarkan hasil penelitian kuisioner, skor terendah pada variabel kepuasan pembelian adalah yang memuat pernyataan “Saya kurang puas menggunakan produk dari syarif jersey sehingga saya tidak merekomendasikan ke orang lain ” dengan skor mean 3,34 yaitu skor antara 2,60 hingga 3,39. Termasuk dalam kategori “Cukup Baik” (CB). Oleh karena perusahaan harus meninjau kembali kualitas produk dan harga karena masih pelanggan banyak yang kurang puas dengan kualitas dan harga, sehingga mereka tidak merekomendasikan perusahaan tersebut, maka perusahaan harus mengevaluasi dari permasalahan tersebut guna kemajuan perusahaan.
4. Penelitian ini belum sempurna dan masih banyak kekurangannya, maka penulis menyarankan agar peneliti yang akan datang sebaiknya menambah atau memasukkan variabel lain yang tidak diperhatikan disini di kemudian hari. Langkah-langkah yang penulis usulkan setidaknya dapat digunakan pada toko Jersey Sharif khususnya pada produk Jersey untuk meningkatkan kualitas produknya dan memperhatikan harga yang tepat di mata pelanggan untuk mengambil keputusan pada saat pembelian, karena jika hal ini berjalan maksimal maka akan memberikan keuntungan bagi dunia usaha. Kualitas produk dan harga menjadi faktor penting bagi keberhasilan perusahaan, khususnya perusahaan seperti TOKO SYARIF JERSEY”.

DAFTAR PUSTAKA BUKU

- Algifari. (2018). Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: BPF E.
- Algifari, (2018). Statistika Deskriptif Plus untuk ekonomi dan bisnis: Yogyakarta.
- Algifari, (2019), Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan: Metode Importance-Performance Analysis dan Model Kano, BPF E, Yogyakarta.
- Alma, (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Anoraga (2016), Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2018). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta. 2018.
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Danang, Sunyoto. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru.
- Daryanto. (2016). Manajemen Strategi Konsep . Bandung: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: UNDIP
- Handoko. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Pertama.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JERSEY SUBLIM PADA TOKO SYARIF JERSEY KABUPATEN TANGERANG**

- Bandung: Pustaka Setia, Bandung.
- Hasibuan, Malayu. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Ismail Nurdin, dan Hartati, Sri. (2019). Metodologi Penelitian sosial. Surabaya : Media Sahabat Cendikia.
- Istijanto. (2019). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, & Armstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Dan Keller, (2016), Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Kotler (2017). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. (2017). Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2020). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks,. Jakarta. In e – Jurnal Riset Manajemen.
- Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. (2016). Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Malhotra, N. K. (2019). Marketing Research: An Applied Orientation, 7th Edition. New York: Pearson.
- Nurdin, I., Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Samsul Ramli. (2017). Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, Visi media, Jakarta.
- Santoso, S. (2018). Menguasai Statistik Multivariat. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setiadi, J Nugroho. (2016). Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penilitian Pemasaran, edisi 1, Cetakan 1. Bogor: Kencana Prenada Medoa Group.
- Sudjana. (2018). Metode Statistika. Bandung : Tarsito.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto . (2019). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Sutrisno, E. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, F. (2016). Strategi Pemasaran, Edisi 4. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Umar S. (2016). “Metodologi Penelitian: Kualitatif versus Kuantitatif”, dalam Metode Penelitian Hubungan Internasional, Yogyakarta : Pustaka Pelajar. Hal 6.

JURNAL

- Bisma, (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Bisnis dan manajemen: Jurnal Manajemen, 5(1), 26-33.
- Fahrezzy, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen laptop Asus. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 10-10.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JERSEY SUBLIM PADA TOKO SYARIF JERSEY KABUPATEN TANGERANG**

- Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44-53.
- George R. Terry. (2016). Prinsip-prinsip Manajemen Sumber Daya Manusia. Diterjemahkan oleh Malayu S.P Hasibuan Edisi Revisi. PT. Bumi Askara. Jakarta.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31-38.
- Hardianti, P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batagor Cak Salim. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(4), 409-416.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374.
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Siregar, N., & Hakim, F. (2018). Pengaruh pencitraan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan kampoeng Deli Medan. *Jumant*, 8(2), 87-96.
- Susilawati, R. A., (2016). Pengaruh Good Corporate Governance Pada Manajemen Laba. *Journal Riset Mahasiswa Akuntansi*, Vol.4, No.1, 1-14.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150-160.
- Putranto, A. T., & Qiyanto, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E P pulsa (Studi Kasus di Indomaret Sudirman Tangerang). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 1-11.
- Panget, B., Tumbel, T. M., & Tamengkel, L. D. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. LION di ternate. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 6(004), 62-69.
- Pratama, W. A. (2019). Sistem Informasi Pemasaran Produk Usaha Kecil Menengah Berbasis Web Pada Galeri UKM Soppeng. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Teknik Informatika "JISTI"*, 2(1), 61-69.
- Siregar, N. (2018). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jumant*, 8(2), 87-96.
- Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 69-84.
- Ummu Habibah & Sumiati. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura". *JEB17*. Vol.1, No.1, HAL 31-48
- Widodo, S. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *JEpa*, 4(1), 84-90.
- Zakaria, Diapinsa Gema. (2017). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 6, Nomor 4.