

**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Konsumen Minimarket Jono di
Desa Modong Kecamatan Sungai Rotan
Kabupaten Muara Enim**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (SE) Pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Prabumulih



Oleh:

**Yola Purwaningsi
NIM : 2021110079**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH
2025**



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Jono di Desa Modong Kecamatan sungai Rotan Kabupaten Muara Enim

Disusun Oleh

Nama : Yola Purwaningsi
Nim : 2021110079
Program Studi : Manajemen

Dibuat sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih.

Menyetujui

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

1. Amandin, S.Pt., M.M.

Pembimbing 1

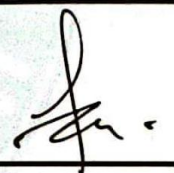
21 JULI 2025



2. Jumadi Walajro S.E., M.M

Pembimbing 2

21 JULI 2025



Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Prabumulih




Amandin, S.Pt., M.M.
NIDN. 022057601

LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI

Judul skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Jono di Desa Modong Kec. Sungai Rotan Kab. Muara Enim

Disusun Oleh

Nama : Yola Purwaningsih

NIM : 2021110079

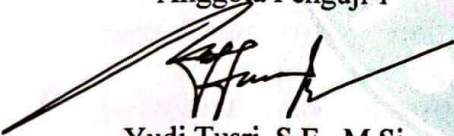
Program Studi : Manajemen

Dibuat sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih.

Menyetujui,
Ketua Penguji


Amandin, S.Pt., M.M.
NIDN. 0207088802

Anggota Penguji 1


Yudi Tusri, S.E., M.Si.
NIDN. 0214087201

Anggota Penguji 2


Resi Marina S.E., M.Si.
NIDN. 0226067707

Mengetahui,

Kepala Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Prabumulih


Amandin, S.Pt., M.M.
NIDN. 0207088802

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yola Purwaningsi

Nim : 2021110079

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Minimarket Jono di Desa Modong Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim ” ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Prabumulih, 17 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan



Yola Purwaningsi
2021110079

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Lakukan apa yang kamu bisa, lakukan apa yang anda sukai, dan cobalah apa yang kamu tidak bisa”

“tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuma sekiranya kalau kita merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir mimpi-mimpi lain bisa diciptakan”

(Yolla Purwaningsi, S.E)



Kupersembahkan Kepada:

1. Cinta pertamaku dan surgaku (orang tuaku)
2. Sayap kiri dan Kananku (Abang Imam Santoso S.kom dan Yongki Purnomo)
3. Seluruh keluarga besarku
4. Dosen pembimbing I dan II
5. Bapak/ibu dosen fakultas ekonomi dan bisnis
6. Teman seperjuangan angkatan 2021
7. Almamaterku

**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Pada Minimarket Jono di Desa Modong Kecamatan sungai Rotan
Kabupaten Muara Enim**

Oleh:
Yola Purwaningsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Prabumulih
Email: yollapurwaningsi@gmail.com

ABSTRAK

Yola Purwaningsi, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Minimarket Jono di Desa Modong Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim, (Dibawah bimbingan Bapak Amandin, S.Pt., M.M. dan Bapak Jumadi Walajro S.E., M.M) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Minimarket Jono di Desa Modong Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim. Populasi dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 71 orang dari seluruh konsumen Minimarket Jono. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu berupa hasil kuesioner yang diperoleh dari responden konsumen Minimarket Jono. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan F sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

The Influence of Price and Product Quality on Consumer Purchases at Jono Minimarket in Modong Village, Sungai Rotan District, Muara Enim Regency

By:
Yola Purwaningsi
Faculty of Economics and Business
Prabumulih University
Email: yollapurwaningsi@gmail.com

ABSTRACT

Yola Purwaningsi, *The Influence of Price and Product Quality on Purchasing Decisions of Consumers at Jono Minimarket in Modong Village, Sungai Rotan District, Muara Enim Regency, (Under the guidance of Mr. Amandin, S.Pt., M.M. and Mr. Jumadi Walajro S.E., M.M).* This study aims to determine whether there is an influence of price and product quality on purchasing decisions of consumers at Jono Minimarket in Modong Village, Sungai Rotan District, Muara Enim Regency. The population and sample in this study were 71 people from all Jono Minimarket consumers. The data used in this study is primary data, namely in the form of questionnaire results obtained from consumer respondents at Jono Minimarket. The analysis technique used is multiple linear analysis which is processed using the assistance of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26 computer program. The results of the study indicate that price has a significant effect on purchasing decisions with a significant value of $0.002 < 0.05$. Product quality has a significant effect on purchasing decisions with a significant value of $0.000 < 0.05$. Price and product quality simultaneously have an effect on purchasing decisions with a significant value of F of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini yang berjudul **”Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen di Minimarket Jono di Desa Modong Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim”**.

Harapan penulis proposal ini dapat bermanfaat bagi civitas akademika FEB Universitas Prabumulih sehingga dapat memberikan pemahaman tentang Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen di Minimarket Jono di Desa Modong Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim.

Tentunya banyak pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan penulisan dan proses penelitian di lapangan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian proposal ini, yaitu :

1. Ibu, Dr. Yuniar Pratiwi selaku Rektor Universitas Prabumulih
2. Bapak Ajabar, S.IP,.M.M selaku Dekan FEB Universitas Prabumulih sekaligus pembimbing I penulis dengan penuh dedikasi telah membimbing, memberikan arahan, masukan ,kritik, dukungan, do'a dan ilmu yang baru serta memotivasi penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Amandin, S.Pt, M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen FEB Universitas Prabumulih

4. Bapak Jumadi Walajro, S.E., M.Si selaku Pembimbing II penulis dengan penuh dedikasi telah membimbing, memberikan arahan, masukan, kritik, dukungan, do'a dan ilmu yang baru serta memotivasi penulis dalam proses penyusunan skripsi ini
5. Bapak/Ibu Dosen Manajemen FEB Universitas Prabumulih yang telah memberikan ilmunya dan menghantarkan penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal.
6. Bapak/Ibu pimpinan Minimarket Jono di Desa Modong.
7. Cinta pertamaku Bapak ELDA (Lojen) tercinta. Beliau memang tidak sempat menyelesaikan Sekolah menengah pertama namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan motivasi, serta dukungan dari segi finansial sehingga penulis mampu mendapatkan gelar sarjana.
8. Pintu surgaku, Mareni terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan juga doa yang di berikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati penulis yang keras kepala. Terimakasih mama selalu jadi penguat di perjalanan kali ini
9. Kepada kedua abangku, imam Santoso, S.kom dan Yongki purnomo, Terima kasih selalu menjadi semangat penulis dalam melakukan hal apapun, dan selalu menjadi motivasi dalam diri untuk menunjukan yang terbaik kepada kalian. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat.
10. kepada Ayuk ipar ku Destri Rapita, S.Pd., M.Hum , terimakasih juga selalu menjadi penasehat penulis, dan selalu menjadi Ayuk ipar yang baik untuk penulis.
11. Keponakanku (Raesha Aqilla Santoso dan Yafiq Rabbani Santoso)

12. Seluruh keluarga besarku.

13. Kepada Almamater dan seluruh teman-teman seperjuangan penulis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Akuntansi Angkatan 2021 yang telah berperan banyak dalam memberikan pengalaman dan Pelajaran selama di bangku kuliah

14. Kepada Rahmona Meisya Dwi Arsy S.E, dan Nia Safhira S.E, Teman penulis di bangku perkuliahan yang selalu kebersamai dalam empat tahun ini, terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis banyak membantu penulis dari maba hingga dalam proses penulisan naskah ini. See you on top,guys.

15. Terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis diriku sendiri, Yola purwaningsi S.E. Seorang anak bungsu yang berjalan memasuki usia 22 tahun, sangat keras kepala dan yang penuh ambisi, namun sifatnya seperti anak kecil seusianya. Terima kasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Dan Terima kasih tetap memilih berusaha dan bertahan bahkan saat meragukan diri sendiri, namun tetap menjadi manusia yang tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan. Apapun kurang dan lebihmu mari rayakan diri sendiri, Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri. Rayakan kehadiranmu sebagai berkah di mana pun kamu menjejakkan kaki. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan. Allah sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaik

untuk perjalanan hidupmu. Semoga langkah kebaikan selalu menyertaimu, dan semoga Allah selalu meridhoi setiap langkahmu serta menjagamu dalam lindungannya. Amin.

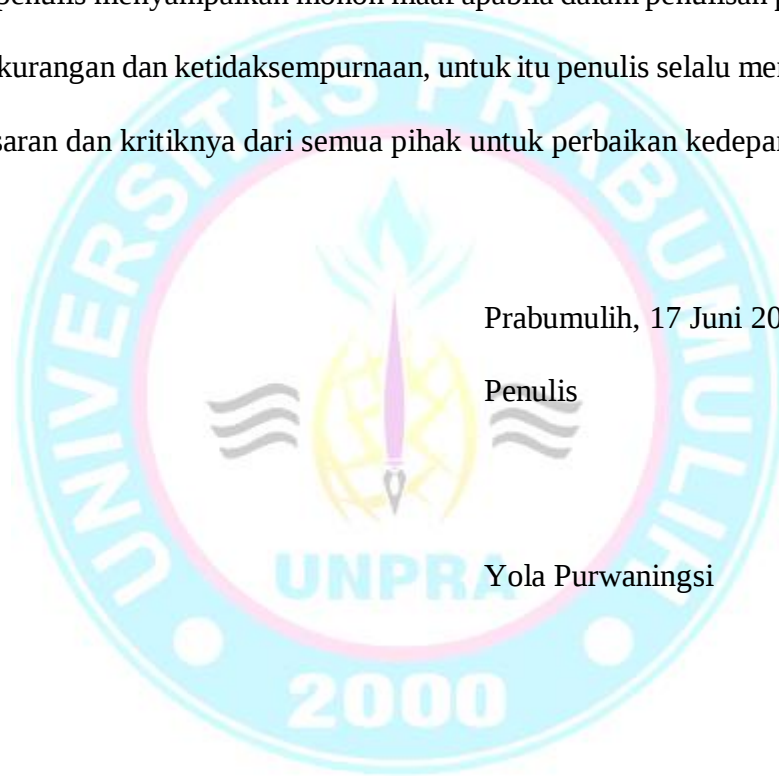
Serta ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, kiranya Tuhan Yang Maha Esa membalas segala amal dan budi baik semuanya, Amin.

Akhirnya penulis menyampaikan mohon maaf apabila dalam penulisan proposal ini banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan, untuk itu penulis selalu mengharapkan sumbang saran dan kritiknya dari semua pihak untuk perbaikan kedepan nanti.

Prabumulih, 17 Juni 2025

Penulis

Yola Purwaningsi



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5

BAB II KAJIAN TEORI	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Kualitas Produk	7
2.1.2 Harga.....	10
2.1.3 Keputusan Pembelian	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19
2.4 Hipotesis.....	20
BAB III METODELOGI PENELITIAN	22
3.1 Metode dan Desain penelitian.....	22
3.1.1 Metode Penelitian	22
3.1.2 Desain Penelitian	22
3.2 Lokasi dan Waktu.....	23
3.2.1 Lokasi Penelitian	23
3.2.2 Waktu Penelitian.....	23
3.3. Populasi dan Sampel.....	23
3.3.1 Populasi	23
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	25
3.4.1 Jenis Data	25
3.4.2 Sumber data.....	25
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
3.5.1 Definisi Operasional	26

3.5.2 Variabel Penelitian.....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	29
3.6.1 Penelitian Lapangan.....	29
3.6.2 Penelitian Kepustakaan	30
3.7 Uji Instrumen Penelitian	30
3.7.1 Uji Validasi	30
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.8 Uji Asumsi Klasik	31
3.8.1 Uji Normalitas	31
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.8.3 Uji Multi Kolinearitas	32
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.10 Pengujian Hipotesis	33
3.10.1 Uji Parsial (Uji T)	33
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	33
3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Sejarah Singkat Minimarket Jono	35
4.1.2 Visi dan Misi Minimarket Jono.....	36
4.2 Karakteristik Responden.....	37
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.3 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner	39
4.3.1 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Harga	41
4.3.2 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk.....	42
4.3.3 Analisis Tanggapan Responden Keputusan Pembelian	43
4.4 Uji Instrumen Penelitian	44
4.4.1 Uji Validitas	44
4.4.2 Uji Reliabilitas	46
4.5 Uji Asumsi Klasik	47
4.5.1 Uji Normalitas.....	47
4.5.2 Uji Multikolinieritas	48
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	48
4.6 Uji Regresi Linear Berganda	49
4.7 Uji Hipotesis	51
4.7.1 Uji t (Parsial).....	51
4.7.2 Uji f (Simultan)	52
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Jumlah Konsumen Minimarket Jono.....	26
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3.3 Skala Likert.....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	40
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	41
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan	43
Tabel 4.5 Uji Validasi Harga.....	46
Tabel 4.6 Uji Validasi Kualitas Produk	46
Tabel 4.7 Uji Validasi Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.10 Uji Korelasi.....	52
Tabel 4.11 Uji Analisis Linier Berganda	54
Tabel 4.12 Uji T (Parsial).....	55
Tabel 4.13 Uji F (Simultan)	57
Tabel 4.14 Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka pemikiran	24
Gambar 4.1 hasil uji normal p-plot.....	49
Gambar 4.2 hasil uji heterokedastisitas	51



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri ritel di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen akan produk-produk sehari-hari. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah Minimarket yang beroperasi di daerah pedesaan. Konsumen di daerah pedesaan kini memiliki akses yang lebih baik terhadap berbagai macam produk, baik lokal maupun internasional, berkat adanya Minimarket yang menawarkan beragam pilihan produk. Salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di Minimarket adalah harga dan kualitas produk yang ditawarkan.

Harga dan kualitas produk merupakan dua elemen utama yang sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Keller (dalam Perwato dkk 2023 : 118), harga adalah salah satu variabel bauran pemasaran yang memberikan dampak langsung pada perilaku pembelian konsumen. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen enggan membeli, sementara harga yang terlalu rendah dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Menurut Philip Kotler (2019:36), “harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat- manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, Di sisi lain, kualitas produk juga menjadi faktor

penting karena konsumen cenderung mencari produk yang memberikan manfaat maksimal sesuai dengan harapan mereka.

Menurut Ely dalam Rusmawan (2023:101) kualitas produk merupakan sebuah totalitas yang memiliki karakteristik produk atau jasa dapat memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit. kualitas produk yang dapat menunjukkan sebuah ukuran yang dapat tahan lama agar dapat percaya produknya kita tersebut. dapat kita lihat dari segi pemasaran sebuah kualitas ukur dalam berbagai persepsi tentang seorang pembeli apa mutu dan kualitas produk tersebut. Menurut Rosyidi Ririn, (2020:543) merupakan kata kualitas produk secara keseluruhan dapat memiliki ciri-ciri maupun serta dari sifat sebuah kualitas produk yang dapat berpengaruh kemampuan untuk memuaskan kualitas produk kita kepada konsumen maupun pelanggan. Semakin bagus sebuah kualitas produk kita membuat varian baru agar konsumen tertarik produk kita.kualitas produk.

Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Armstrong, (2023:117) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai proses bagi konsumen untuk melihat masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi seberapa baik setiap opsi dapat memecahkan masalah, yang mengarah pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian sebagai suatu hal yang penting untuk diperhatikan lantaran akan menjadi pertimbangan bagaimana perusahaan berikut akan menerapkan strategi pemasaran mereka. Dalam melakukan keputusan pembelian, semua orang mempertimbangkan apakah produk memenuhi kebutuhan

dan keinginan. Oleh sebab itu perusahaan harus mengoptimalkan strategi pemasaran agar konsumen tertarik.

Minimarket Jono, yang berlokasi di Desa Modong berdiri sejak tahun 2012 sampai sekarang, merupakan salah satu Minimarket yang menjadi tujuan utama konsumen setempat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun di tengah persaingan yang semakin ketat, Minimarket Jono perlu mempertimbangkan dengan cermat strategi penetapan harga dan kualitas produk yang ditawarkan untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Antusias konsumen yang terjadi saat ini Minimarket Jono di Desa Modong selalu ramai akan konsumen, bahkan menjadi tujuan utama konsumen untuk belanja dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, serta tempat membeli kebutuhan yang akan dijual kembali, permasalahan yang terjadi saat ini keputusan pembelian konsumen, mengapa konsumen tidak membeli produk kebutuhan ditempat yang lain, apakah karena faktor harga dan kualitas produknya berbeda.

Fenomena dan permasalahan mengenai harga dimana harga di Minimarket Jono setara dengan Minimarket lainnya, permasalahan terkait harga mengapa konsumen lebih memilih Minimarket Jono dibandingkan Minimarket lainnya, kualitas produk mengenai kualitas produk konsumen tidak pernah kecewa akan kualitas produk karena selalu sesuai dengan yang diharapkan konsumen, permasalahan terkait kualitas produk konsumen tidak pernah konplen mengenai kualitas produk yang terkait dengan produk yang dijual. Keputusan pembelian konsumen selalu memutuskan belanja di Minimarket jono untuk memenuhi kebutannya, permasalahan terkait keputusan pembelian mengapa konsumen lebih memilih

belanja kebutuhan di Minimarket jono dibandingkan Minimarket dan toko sejenisnya.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen di Minimarket Jono di Desa Modong Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Harga mempengaruhi keputusan pembelian Konsumen di Minimarket Jono di Desa Modong?
2. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi keputusan pembelian Konsumen di Minimarket Jono di Desa Modong?
3. Apakah Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Konsumen Minimarket Jono di Desa Modong?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Konsumen di Minimarket Jono di Desa Modong.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Supermarket Jono Desa Modong.

3. Pengaruh Harga dan Kalitas Produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Konsumen di Minimarket Jono di Desa Modong..

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat, baik segi teoritis maupun praktis manfaat teoritis merupakan manfaat jangka panjang dalam pengembangan teori pembelajaran, sedangkan manfaat praktis memberikan dampak secara langsung terhadap komponen-komponen pembelajaran. Manfaat teoritis dan manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Temuan penelitian ini dapat memberi penjelasan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Jono di Desa Modong.
2. Sebagai sarana untuk melatih diri dan menguji serta meningkatkan kemampuan berpikir melalui penulisan karya ilmiah.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan untuk mengimplentasikan pengetahuan teoritis yang telah di peroleh penulis khususnya dalam bidang manajemen pemasaran didalam kondisi nyata.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis, dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis sendiri untuk memperluas dan mempertajam wawasan dibidang manajemen, dapat menambah pengetahuan bagi khalayak umum, khususnya dalam mempelajari keputusan pembelian.

2. Manfaat bagi usahaa, sebagai masukan serta bahan pertimbangan perusahaan dengan harapan dapat meningkatkan nilai guna produk, dan meningkatkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan yang ditawarkan.
3. Bagi peneliti lainnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada peneliti selanjutnya, dan memberi referensi kepada peneliti yang akan sampai pada tahap penyusun proposal di tahun yang akan datang
4. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu penegetahuan dan wawasan yang lebih luas, khususnya bagi konsumen Mimarket Jono.

1.5 Sistematik Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mejelaskan terkait teori yang digunakan dalam penelitian, memberikan pemaparan terkait penelitian terdahulu, memberikan gambaran kerangka pemikiran dan membuat rumusan hipotesis.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan terkait metode yang yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi jenis penelitian, jenis data, teknik

pengumpulan data populasi dan sampel, definisi operasional variabel, dan metode analisis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penulisan yang berisi tentang desain penelitian, waktu, dan tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, teknik penumpulan data, serta teknik analisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum tentang produk Kopi Kapal Api, hasil penelitian dan analisa secara kuantitatif serta statistik serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan kumpulan dari saran-saran dan hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan dan pertimbangan oleh pihak-pihak yang berkaitan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2023:898), harga Adalah sejumlah uang yang dibelanjakan untuk suatu produk atau layanan, atau nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan, kepemilikan, atau penggunaan suatu produk atau layanan. Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel karena dapat berubah sesuai dengan kebijakan perusahaan.

Menurut Tjiptono, (2023:185), harga merupakan faktor yang berdampak langsung pada laba perusahaan. Kuantitas yang dijual dipengaruhi oleh tingkat harga yang ditetapkan. Karena kuantitas yang dijual mempengaruhi biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan efisiensi produksi, maka harga juga berpengaruh tidak langsung terhadap biaya tersebut.

Kotler, (2023:185), berpendapat mencirikan harga sebagai salah satu komponen dari campuran promosi yang menghasilkan pendapatan sementara yang lain menciptakan biaya. Selain itu, (Hasan, 2023:185) berpendapat bahwa istilah "harga" mengacu pada segala bentuk biaya moneter yang bersedia dibayar konsumen untuk memperoleh, memiliki, dan memanfaatkan berbagai produk dan layanan.

2.1.1 Peranan Harga

Kotler dan Amstrong, (2019:24), berpendapat bahwa harga memiliki dua peranan penting dalam proses pengambilan keputusan, yaitu :

1. Peranan Alokasi Merupakan fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau nilai tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya beli.
2. Peranan Informasi Merupakan fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya.

2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga

Kotler dan Amstrong (2022:315) menyatakan faktor-faktor yang menentukan kebijakan penetapan harga terdiri dari:

1. Memilih tujuan penetapan harga
2. Menentukan permintaan
3. Memperkirakan biaya
4. Menganalisa biaya, harga, dan tawaran pesaing
5. Memilih metode penetapan harga
6. Memilih harga akhir

2.1.3 Indikator Harga

Menurut Kotler (2022:623) terdapat 5 indikator yang harga, diantaranya:

1. Keterjangkauan harga.

Keterjangkauan harga merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh penjual sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

2. Adanya persaingan harga terhadap produk sejenis.

Daya saing harga merupakan penawaran harga yang diberikan oleh penjual berbeda dengan kompetitor, penjual bersaing dengan dengan menawarkan produk yang sama namun harga yang ditawarkan berbeda dengan yang diberikan oleh penjual lain.

3. Asumsi harga konsumen.

Konsumen menganggap harga yang ditawarkan rendah atau murah.

4. Harga yang ditawarkan.

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau di bawah rata-rata dari pada pesaing.

5. Penetapan periode harga

Proses untuk menentukan nilai yang akan diterima produsen dalam pertukaran barang atau jasa.

Dari pengertian beberapa ahli diatas bisa disimpulkan bahwa harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan atas pelanggan terhadap penjual dan pembeli barang yang dibelinya. Dengan kata lain, harga ialah nilai sebuah barang yang ditentukan oleh penjual. Adapun yang menyatakan pengertian harga yakni nilai uang yang dibebankan terhadap pembeli guna mempunyai manfaat melalui sebuah produk (jasa maupun barang) yang dibeli melalui produsen maupun penjual.

2.1.4 Hubungan Harga Dan Keputusan Pembelian

Kotler dan Amstrong, (2022:31), Hubungan harga dan Keputusan Pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi.

2.2 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler & Armstrong, (2023:37), kualitas produk adalah suatu produk yang mampu guna memberi fungsi, meliputi kehandalan, ketepatan, daya tahan, maupun kehandalan, serta atribut bernilai yang lain. Menurut (Intakoris, 2023:24) bahwasanya pengertian konvensional dari kualitas ialah performansi sebagai ilustrasi langsung dari sebuah produk, kehandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah seluruh perihal yang dapat memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan berdasarkan keinginan pelanggan.

Menurut Luthfia, (2023:183) "kualitas produk" mengacu pada kapasitas produk untuk menjalankan fungsinya, yang mungkin termasuk kekuatan, kemudahan pengemasan, perbaikan produk, atau keandalan atau kemajuan. Menurut Tjiptono (2022:95) Kualitas Produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap suatu kelebihan atau keistimewaan produk.

2.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Wijaya (2023:86) mengatakan unsur-unsur yang dapat dimasukkan untuk memiliki produk yang unggul (faktor kualitas positif) adalah sebagai berikut:

1. Desain yang bagus. Desain harus orisinal dan memikat cita rasa konsumen. Misalnya desain yang diperhalus untuk memperoleh kesan berkualitas.
2. Keunggulan dalam persaingan. Produk harus unggul, baik dalam fungsi maupun desainnya dibanding produk-produk lain yang sejenis.

3. Daya tarik fisik. Produk harus menarik panca indera (menarik untuk disentuh atau dirasakan), harus dicap dengan baik, dan harus indah.
4. Keaslian, Produk turunan dan tiruan menunjukkan kualitas turunan yang tidak sebaik produk original atau pertama.

2.2.2 Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut Tjiptono (2023:86) kualitas produk memiliki delapan indikator sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja) merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap
3. *Realibility* (reliabilitas) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
4. *Confermance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. *Durability* (daya tahan) yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut digunakan.
6. *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi serta penanganan keluhan secara memuaskan.
7. *Esthetics* (estetika) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

8. *Perceived Quality* (Kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya.

Dari penjelasan menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwasanya kualitas Produk adalah seluruh perihal yang dapat memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan berdasarkan keinginan pelanggan.

2.2.3 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian

Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan pembelian konsumen Menurut Kotler (2023:86) Yaitu Semakin baik kualitas produk, maka semakin meningkat pula minat dan keputusan pembelian konsumen.

2.3 Keputusan Pembelian

Menurut Swastha dan Handoko, (2022 : 622), Keputusan pembelian oleh konsumen merupakan suatu seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian. keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak.

Agustina & Hinggo, (2023:28) keputusan pembelian adalah sebuah keputusan final yang dimiliki seorang pelanggan guna melakukan pembelian sebuah jasa maupun barang beserta sejumlah pertimbangan-pertimbangan khusus. Keputusan pembelian yang dilaksanakan oleh pelanggan menggambarkan sejauh mana pemasar dalam upaya melakukan pemasaran sebuah produk terhadap pelanggan.

Kotler dan Amstrong (2023:183), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli.

2.3.1 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Wijaya, (2023:86), mengatakan unsur-unsur yang dapat dimasukkan untuk memiliki produk yang unggul (faktor kualitas positif) adalah sebagai berikut:

1. Desain yang bagus. Desain harus orisinal dan memikat cita rasa konsumen. Misalnya desain yang diperhalus untuk memperoleh kesan berkualitas.
2. Keunggulan dalam persaingan. Produk harus unggul, baik dalam fungsi maupun desainnya dibanding produk-produk lain yang sejenis.
3. Daya tarik fisik. Produk harus menarik panca indera (menarik untuk disentuh atau dirasakan), harus dicap dengan baik, dan harus indah.
4. Keaslian, Produk turunan dan tiruan menunjukkan kualitas turunan yang tidak sebaik produk original atau pertama.

2.3.2 Tahap Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler Dan Armstrong (2012:176) dalam Yogy 2024, tahap-tahap proses keputusan pembelian konsumen adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian diawali dengan adanya masalah atau kebutuhan yang belum terpuaskan dan dapat dirasakan oleh konsumen.

2. Pencarian Informasi

Setelah konsumen menyadari adanya kebutuhan suatu barang atau jasa, selanjutnya konsumen mencari informasi, baik yang disimpan dalam ingatan maupun informasi yang didapat dari lingkungan luar.

3. Evaluasi Alternatif

Setelah informasi diperoleh, konsumen mengevaluasi berbagai alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut.

4. Keputusan Pembelian

Apabila tidak ada faktor lain yang mengganggu setelah konsumen menentukan pilihan yang telah ditetapkan, pembelian yang actual adalah hasil akhir dari pencarian dan evaluasi.

5. Perilaku setelah pembelian

Perilaku pasca pembelian meliputi kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk.

2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian

Adapun 5 indikator menurut keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2023:28) diantaranya :

1. Identifikasi masalah

Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dimulai dengan pengenalan masalah atau problem recognition. Pengenalan masalah ini terjadi ketika pembeli menyadari adanya kebutuhan atau masalah yang disebabkan oleh rangsangan internal maupun eksternal.

2. Pencari informasi

Pencarian informasi merupakan salah satu tahap dalam proses keputusan pembelian terkait suatu produk tersebut.

3. Evaluasi alternative

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek, dan memilihnya sesuai dengan keinginan konsumen.

4. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian sebagai proses pengambilan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk.

5. Perilaku pasca pembelian

Tahap di mana pemasaran harus menentukan kepuasan dan tindakan pasca pembelian. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk akan memengaruhi perilaku selanjutnya.

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas bahwasanya keputusan pembelian adalah tahap final konsumen dalam memutuskan pembelian akan suatu produk guna mendapatkan manfaat serta memiliki hak atasnya dalam suatu produk tersebut.

2.4 Penelitian Terdahulu

Berikut ini dideskripsikan dalam tabel 2.1 tentang beberapa penelitian terdahulu sebagai pendukung dalam penelitian ini :

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Variable penelitian	Hasil penelitian
Maryati dkk (2022)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian Toko Online Time universe studio	Kuantitatif	Independen: Kualitas Produk, kualitas pelayanan dan promosi dependen: keputusan Pembelian	Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dtoko Online Time Universe studio
Nurfauzi dkk (2022)	Analisis faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, kualitas produk dan harga	Kuantitatif	Independen: kualitas produk, dan Harga dependen: Keputusan Pembelian Konsumen .	.Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk,dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Konsumen
Wicaksono Dkk (2023)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Disemarang	Kuantitatif	Independen: harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Dependen: kepuasan pembelian	Adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap harga dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Disemarang
Siska dkk (2023)	Pengarug Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint	Kuantitatif	Independen: Harga, kualitas produk dependen: Keputusan Pembelian	Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa Harga dan kualitas produk, berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

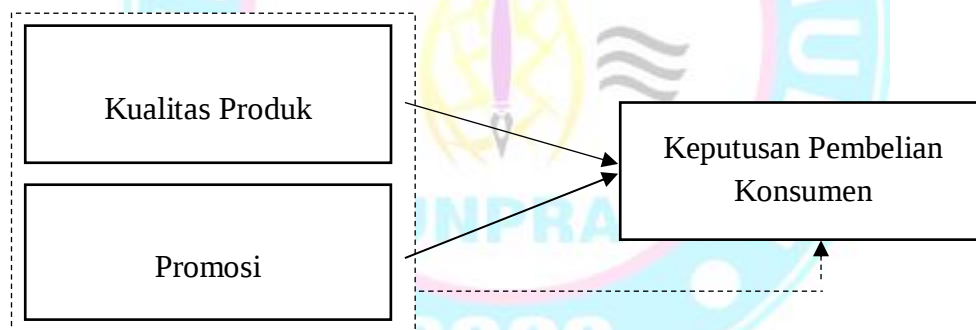
Silvia dkk (2023)	Pengaruh kaualitas produk, persepsi harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di cillo Coffee	Kuantitatif	Independen: kualitas produk, persepsi harga dan Kualitas Pelayanan dependen: Kepuasan Pelanggan	Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa Persepsi Harga dan kualitas produk, berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
----------------------	---	-------------	--	---

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti mencoba membuat kerangka berfikir sebagai berikut

Gambar 2.1 kerangka pemikiran



Sumber : data yang diolah 2024

Keterangan:

—————> : Pengaruh secara Parsial

- - - - -> : Pengaruh secara Simultan

1. Pengaruh Variabel Harga secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Jono desa Modong.
2. Pengaruh variabel Kualitas Produk secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Jono desa Modong.
3. Pengaruh Variabel Harga dan Kualitas produk secara Simultan terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Jono desa Modong.

2.6 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:99), “hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diduga Harga (X1) berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Pada Minimarket Jono di Desa Modong.
2. Diduga Kualitas Produk (X2) Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Pada Minimarket Jono di Desa Modong.
3. Diduga Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara Bersama-sama terhadap keputusan Pembelian Konsumen (Y) Pada Minimarket Jono di Desa Modong.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022:8), “metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”

3.2 Pendekatan Penelitian

Berdasarkan pada karakteristik dan fokus masalah yang diteliti maka penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022:9), “penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari apa adanya dan menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati dengan menggunakan angka-angka”.

3.3 Lokasi Dan Waktu Peneliian

Penelitian ini dilakukan di Minimarket Jono di Desa Modong Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan. Penelitian ini dilaksanakan mulai Febuari sampai Maret 2025.

3.4 Populasi Dan Sampel

Dalam penelitian yang saya lakukan saya mengambil populasi dan sampel sebagai berikut.

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2022:80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Minimarket Jono di Desa Modong yang melakukan transaksi periode 1 Februari 2025 sampai dengan 31 Maret 2025, yang jumlahnya sebanyak 71.

Tabel 3.1Jumlah Konsumen Minimarket Jono

Tahun	Bulan	Konsumen
2025	Febuari	35
2025	Maret	36
	Jumlah	71

Sumber : data diolah tahun 2025

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022:81), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada pupulasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”. Adapun sampel dari penelitian ini adalah pada 1 Februari 2025 sampai dengan 31 Maret 2025 sebanyak 71 konsumen.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis adalah teknik *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (dalam Santina, dkk. 2021) teknik *non-probability sampling* merupakan pengambilan sampel yang tidak memberikan

peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *non-probability* yang dipilih yaitu dengan sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik dimana seluruh populasi dijadikan sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel jenuh yakni mengambil sampel dari seluruh populasinya dijadikan sampel semua tanpa mengurangi populasi. Dengan populasi yang berjumlah 71 konsumen Minimarket Jona, maka penulis juga menggunakan sebanyak 71 konsumen tersebut sebagai sampel pada penelitian ini.

3.5 Sumber Dan Jenis Data

3.5.1 Sumber Data

Sumber data yaitu sebuah informasi yang diperoleh oleh penulis untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2022: 137) bila dilihat dari sumber datanya, maka sumber data dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Data Primer

Sugiyono (2019) mengatakan, “data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data” data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai media mengumpulkan data yang terdiri dari pertanyaan/pernyataan tentang identitas responden dan tentang variabel yang diteliti.

2. Data Sekunder

Sugiyono, (2019:194) mengungkapkan, “data skunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya orang lain atau lewat dokumen (perusahaan, buku, jurnal ilmiah, dan lain-lain)”.

3.5.2 Jenis Data

1. Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2022:13), “data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan data konkret, data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan”.

2. Data Kualitatif

Menurut Sugiyono (2022:13), “data kualitatif merupakan data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif penelitian ini berupa nama, alamat dan pekerjaan obyek penelitian”.

3.6 Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:39), “operasional variabel penelitian adalah suatu atribut sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Operasional variabel penelitian adalah sebagai petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara bagaimana mengukur variabel. Definisi operasional menjadi informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Berikut ini operasional variabel penelitian pada tabel 3.1

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Kuesioner
Harga (X1) Kotler (2022:623)	Harga sebagai salah satu komponen dari campuran promosi yang menghasilkan pendapatan sementara yang lain menciptakan biaya.	1. Keterjangkauan Harga	1-2
		2. Persaingan Harga	3-4
		3. Asumsi harga	5-6
		4. Harga yang ditawarkan	7-8
		5. Penetapan Periode harga	9-10

kualitas Produk (X2) Tjiptono (2022:95)	Kualitas Produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap suatu kelebihan atau keistimewaan produk.	1. <i>Performance</i> 2. <i>Features</i> 3. <i>Realibility</i> 4. <i>Confermance to Specifications</i> 5. <i>Durability</i> 6. <i>Serviceability</i> 7. <i>Esthetics</i> 8. <i>Perceived Quality</i>	1-2 3 4 5-6 7 8 9 10
Keputusan Pembelian (Y) Kotler Dan Armstrong (2012:176)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa,	1. Identifikasi masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Prilaku Pasca Pembelian	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10

Sumber : Diolah Peneliti (2024)

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2022:296) mengatakan bahwa, “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara”. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengamatan (Observasi)

Yaitu dengan melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian.

2. Wawancara

Berdasarkan dengan penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara menanyakan secara langsung kepada responden yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3. Kuesioner (Angket)

Yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden, dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap dikembalikan kepada penulis.

3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Sugiyono (2022:102) “adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Instrumen penelitian yaitu alat ukur seperti tes kuesioner dan observasi yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini instrumen utama adalah kuesioner, maka penulis menggunakan skala likert untuk mengukur setiap instrumen nya . Untuk nilai setiap jawaban ditentukan dengan skor pada tabel 3. 3 sebagai berikut :

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju Sekali (SSS)	5
2.	Sangat Setuju (SS)	4
3.	Setuju (S)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2

5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1
------------------------------	---

Sumber : Sugiyono (2022)

3.9 Uji Instrumen Penelitian

Berikut ini adalah uji instrumen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini :

3.9.1 Uji Validitas

Menurut Wiratna Sujarweni (2021:83), “uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel”. Daftar pertanyaan ini biasanya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana n berjumlah 30 ($df=n-2$) dengan sig (0,05) dan nilai r tabel (0,3610). Dengan kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel *product moment* maka butir soal kuesioner dinyatakan valid.
2. Sementara, jika nilai r hitung $<$ r tabel *product moment* maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.9.2 Uji Reabilitas

Menurut Wiratna Sujarweni (2021:79), “uji reliabilitas merupakan untuk menunjukkan tingkat konsisten dan akurasi hasil pengukuran”. Reliabilitas instrumen menunjukkan kemampuan alat ukur untuk menghasilkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Hasil dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok objek yang sama diperoleh hasil

yang relatif meskipun tetap ada toleransi bila terjadi perbedaan. Kriteria uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

1. Jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai *Alpha Cronbach* $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3.10 Uji Asumsi klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas yakni sebagai berikut :

3.10.1 Uji Normalitas

Menurut Wiratna Sujarweni (2021:52), “uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian”. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal *Kolmogorov Smirnov*.

H_0 : Data tidak berdistribusi normal

H_a : Data berdistribusi diterima

1. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal (H_a diterima).
2. Jika $\text{sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal (H_0 diterima).

3.10.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Wiratna Sujarweni (2021:185), “uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam satu model”. Kemiripan antar variabel independen akan

mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1 sampai 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Kriteria pengujian sebagai berikut:

1. H_0 : tidak terdapat hubungan antar variabel independen.

H_a : terdapat hubungan antar variabel independen.

2. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas.

Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas.

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2022:120), “uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain”. Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Arch*. Uji *Arch* adalah meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai $p\text{-value} \geq 0,05$ maka H_0 diterima yang artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai $p\text{-value} \leq 0,05$ maka H_0 ditolak yang artinya terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.11 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Wiratna Sujarweni (2021:149), “menyatakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen”. Untuk menguji regresi linier berganda bersamaan dilakukan pengujian asumsi klasik. uji asumsi klasik ini dilakukan karena variabel independen lebih dari satu maka perlu

diuji tingkat independensi hasil uji regresi dari masing-masing variabel independen terhadap dependennya.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)
 X₁ : Variabel Bebas (Harga)
 X₂ : Variabel Bebas (Kualitas Produk)
 a : Konstanta
 b₁-b₂ : Koefisien regresi variabel bebas X₁ dan X₂
 e : Standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,05% (5%)

3.12 Uji Hipotesis

3.12.1 Uji Parsial (uji t)

Menurut Lestari (2020:38), “uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Uji t bertujuan untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, itu berarti ada pengaruh yang signifikan oleh variabel X₁ dan X₂ terhadap variabel Y, dan signifikan 0,00 < 0,05.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, itu berarti tidak ada pengaruh yang signifikan oleh variabel X₁ dan X₂ terhadap variabel Y, dan signifikan 0,00 > 0,05

3.12.2 Uji Simultan (uji F)

Menurut Lestari (2020:38), “uji f ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen Harga (X1), Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen keputusan Pembelian (Y)”. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah tingkatan signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikan $\leq 0,05$ maka dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Begitu juga sebaliknya apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka dinyatakan ada pengaruh secara simultan.

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $sig > 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y.

3.12.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2022:98), “koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen”.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Deskripsi Responden

4.1.1 Sejarah Singkat Toko Jono

Minimarket Jono, yang berlokasi di Desa Modong kecamatan Sungai Rotan kabupaten Muara enim. berdiri sejak tahun 2012 sampai sekarang, merupakan salah satu Minimarket yang menjadi tujuan utama konsumen setempat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Minimarket ini berawal dari toko rumahan kecil yang seiring berjalanya waktu mengalami pertumbuhan yang signifikan sehingga menjadi toko swalayan yang cukup mumpuni. Namun di tengah persaingan yang semakin ketat, Minimarket Jono perlu mempertimbangkan dengan cermat strategi penetapan harga dan kualitas produk yang ditawarkan untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Antusias konsumen yang terjadi saat ini Minimarket Jono di Desa Modong selalu ramai akan konsumen, bahkan menjadi tujuan utama konsumen untuk belanja dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, serta tempat membeli kebutuhan yang akan dijual kembali. Secara struktural minimarket ini tidak dibentuk seperti minimarket yang sudah memiliki berbagai cabang. Sistem pengelolaan minimarket sendiri dikelola secara pribadi dan keluarga.

4.1.2 Karakteristik responden

Dalam penelitian bertujuan ingin mengetahui pengaruh keputusan konsumen minimarket Jono dalam ruang lingkup Harga dan Kualitas produk. Maka dari itu untuk melihat sejauh mana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap

keputusan pembelian. Untuk mengimplementasikan hal tersebut maka dapat dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang terlibat langsung dalam pengisian kuesioner.

Dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner sebanyak 71 kuesioner kepada responden yang dianggap sudah cukup mewakili dalam menjawab penelitian ini. Dari 71 kuesioner yang disebarkan semua sudah menjawab dengan baik sehingga penelitian ini bisa dilanjutkan dan data yang diterima bisa diolah dengan sesuai harapan penelitian.

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	10 _20	8	11,27 %
2	21-30	18	25,35 %
3	31- 40	22	30,99 %
4	> 40	23	32,39 %
Jumlah		71	100 %

Sumber: data yang diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.1 diatas tingkat usia respondent diatas dapat disimpulkan banyak pengunjung minimarket Jono adalah di usia >40, dengan demikian minimarket Jono didominasi pengunjung orang dewasa sering berbelanja kebutuhan.

Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No	Jenis kelamin	Frekuensi
1	Laki-laki	29
2	Perempuan	42
Jumlah		71

Sumber: data yang diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.2 diatas tingkat usia respondent diatas dapat disimpulkan banyak pengunjung minimarket Jono adalah perempuan sebanyak 42 orang, dengan demikian minimarket Jono di dominasi perempuan sering berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden

No	Pendidikan	Frekuensi
1	Wiraswata	18
2	PNS	15
3	Pelajar	14
4.	Lainnya	16
Jumlah		71

Sumber: data yang diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.2 diatas tingkat usia respondent diatas dapat disimpulkan banyak pengunjung minimarket Jono adalah wiraswasta sebanyak 18 orang, dengan demikian minimarket Jono didominasi pengunjung wiraswasta sering berbelanja kebutuhan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Tanggapan Reponden Terhadap Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada responden, maka dapat diketahui reaksi konsumen Minimarket Jono terhadap Keputusan Pembelian produk, yaitu meliputi:

1. Tanggapan Konsumen mengenai harga dan kualitas produk.
2. Tanggapan penilai mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Jono di desa Modong.

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Kategori}}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Kategori :

1. 1,0 - 1,80 = sangat rendah / sangat buruk
2. 1,81 - 2,60 = rendah / buruk
3. 2,61 - 3,40 = sedang / cukup
4. 3,41 - 4,20 = baik / tinggi
5. 4,21 - 5,00 = sangat baik / sangat tinggi

4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Harga (X1)

Dalam kaitannya dengan Harga, maka dapat disajikan tanggapan responden mengenai harga produk di minimarket Jono desa Modong dalam tabel berikut :

Tabel 4.2 tanggapan responden terhadap harga (X1)

HARGA	Frekuensi										total		X
	ss (5)		s (4)		n (3)		ts (2)		sts (1)				
Pertanyaan 1	23	115	40	160	8	24	0	0	0	0	45	299	4,21
Pertanyaan 2	34	170	31	124	6	18	0	0	0	0	45	312	4,39
Pertanyaan 3	26	130	40	160	5	15	0	0	0	0	45	305	4,30
Pertanyaan 4	21	105	38	152	11	33	1	2	0	0	45	292	4,11
Pertanyaan 5	32	160	33	132	5	15	1	2	0	0	45	309	4,35
Pertanyaan 6	27	135	35	140	9	27	0	0	0	0	45	302	4,25
Pertanyaan 7	26	130	32	128	12	36	1	2	0	0	45	296	4,17
Pertanyaan 8	31	155	31	124	9	27	0	0	0	0	45	306	4,31
Pertanyaan 9	25	125	43	172	2	6	1	2	0	0	45	305	4,30

Pertanyaan 10	26	130	38	152	7	21	0	0	0	0	45	303	4,27
Nilai rata-rata													4,27

Sumber : data yang diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat terdapat nilai rata-rata sebesar 4,39 dari 2 soal pernyataan yang diberikan kepada responden. Dari nilai diatas terdapat dua pertanyaan yang memiliki nilai terkecil yaitu 4.11 sehingga dapat disimpulkan dari harga sudah baik dan dapat ditingkatkan lagi pada bagian yang perlu ditingkatkan.

4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X2)

Dalam kaitannya dengan kualitas produk, maka dapat disajikan tanggapan responden mengenai harga produk di minimarket Jono desa Modong dalam tabel berikut :

Tabel 4.3 tanggapan responden terhadap kualitas produk (X2)

KUALITAS	Frekuensi										total		X
	ss (5)		s (4)		n (3)		ts (2)		sts (1)				
Pertanyaan 1	23	115	37	148	11	33	0	0	0	0	71	296	4,17
Pertanyaan 2	32	160	31	124	8	24	0	0	0	0	71	308	4,34
Pertanyaan 3	28	140	34	136	9	27	0	0	0	0	71	303	4,27
Pertanyaan 4	31	155	34	136	5	15	1	2	0	0	71	308	4,34
Pertanyaan 5	28	140	29	116	11	33	3	6	0	0	71	295	4,15
Pertanyaan 6	30	150	34	136	7	21	0	0	0	0	71	307	4,32
Pertanyaan 7	30	150	36	144	5	15	0	0	0	0	71	309	4,35
Pertanyaan 8	23	115	41	164	7	21	0	0	0	0	71	300	4,23
Pertanyaan 9	32	160	30	120	8	24	1	2	0	0	71	306	4,31
Pertanyaan 10	30	150	33	132	8	24	0	0	0	0	71	306	4,31
Nilai rata-rata													4,28

Sumber : data yang diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat terdapat nilai rata-rata sebesar 4,35 dari 7 soal pernyataan yang diberikan kepada responden. Dari nilai diatas terdapat satu pertanyaan yang memiliki nilai terkecil yaitu 4.15 sehingga dapat disimpulkan

dari kualitas produk sudah sangat baik dan dapat ditingkatkan lagi pada bagian yang perlu ditingkatkan.

4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)

Dalam kaitannya dengan keputusan pembelian, maka dapat disajikan tanggapan responden mengenai harga produk di minimarket Jono desa Modong dalam tabel berikut :

Tabel 4.4 tanggapan responden terhadap keputusan pembelian (Y)

KEPUTUSAN PEMBELIAN	frekuensi										total		X
	ss (5)		s (4)		n (3)		ts (2)		sts (1)				
Pertanyaan 1	27	135	29	116	15	45	0	0	0	0	71	296	4,17
Pertanyaan 2	29	145	33	132	9	27	0	0	0	0	71	304	4,28
Pertanyaan 3	22	110	36	144	13	39	0	0	0	0	71	293	4,13
Pertanyaan 4	25	125	43	172	3	9	0	0	0	0	71	306	4,31
Pertanyaan 5	29	145	37	148	5	15	0	0	0	0	71	308	4,34
Pertanyaan 6	34	170	27	108	10	30	0	0	0	0	71	308	4,34
Pertanyaan 7	25	125	39	156	7	21	0	0	0	0	71	302	4,25
Pertanyaan 8	22	110	32	128	16	48	1	2	0	0	71	288	4,06
Pertanyaan 9	28	140	29	116	14	42	0	0	0	0	71	298	4,20
Pertanyaan 10	29	145	31	124	10	30	1	2	0	0	71	301	4,24
Nilai rata-rata													4,23

Sumber : data yang diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat terdapat nilai rata-rata sebesar 4,34 dari soal pernyataan 5 dan 6 yang diberikan kepada responden. Dari nilai diatas terdapat satu pertanyaan yang memiliki nilai terkecil yaitu 4.28 sehingga dapat disimpulkan dari keputusan pembelian sudah sangat baik dan dapat ditingkatkan lagi pada bagian yang perlu ditingkatkan.

4.3 Hasil Instrumen Penelitian

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26 dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r dan r hitung $> r$ tabel maka pertanyaan tersebut valid.
2. Jika r hitung negatif dan r hitung $< r$ tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.
3. r hitung dapat dilihat pada kolom corrected items-total correlation.
4. Uji validitas menggunakan tingkat signifikansi 5%

Pada tahap survey, kuesioner berisikan 30 pertanyaan yang menyangkut variabel bebas yaitu harga dan kualitas produk, dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen Minimarket Jono di desa Modong.

Tabel 4.5 Uji Validitas Harga (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38.4507	15.880	.570	.843
X1.2	38.2676	16.056	.518	.848
X1.3	38.3662	16.721	.425	.855
X1.4	38.5493	15.137	.636	.837
X1.5	38.3099	15.645	.566	.844
X1.6	38.4085	15.616	.581	.842
X1.7	38.4930	14.396	.728	.828
X1.8	38.3521	15.231	.639	.837
X1.9	38.3662	16.521	.468	.851
X1.10	38.3944	16.299	.479	.851

Sumber: data yang diolah 2025 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat disimpulkan R hitung lebih besar dari R tabel ini berarti menunjukkan uji Validitas variabel Harga (X1) dinyatakan semuanya valid.

Tabel 4.6 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	38.6197	15.725	.541	.823
X2.2	38.4507	15.308	.629	.815
X2.3	38.5211	15.939	.499	.827
X2.4	38.4507	15.394	.611	.816
X2.5	38.6338	16.464	.281	.853
X2.6	38.4648	15.681	.579	.820
X2.7	38.4366	15.992	.555	.822
X2.8	38.5634	15.564	.649	.814
X2.9	38.4789	15.739	.486	.829
X2.10	38.4789	15.539	.589	.819

Sumber: data yang diolah 2025(SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan R hitung lebih besar dari R tabel ini berarti menunjukkan uji Validitas variabel Kualitas Produk (X2) dinyatakan semuanya valid.

Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	38.1408	13.008	.342	.759
Y02	38.0282	12.913	.423	.746
Y03	38.1831	12.723	.451	.743
Y04	38.0000	13.000	.540	.735
Y05	37.9718	13.571	.336	.757
Y06	37.9718	13.285	.316	.761
Y07	38.0563	12.397	.603	.724

Y08	38.2535	12.992	.333	.760
Y09	38.1127	11.387	.692	.705
Y10	38.0704	13.095	.332	.760

Sumber: data yang diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan R hitung lebih besar dari R tabel ini berarti menunjukkan uji Validitas variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan semuanya valid.

4.3.2 Hasil Uji Reliabelitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui ketepatan suatu ukuran atau alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur di nilai memiliki tingkat relibilitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut dapat diandalkan dan di nilai pengukurannya tidak berubah – ubah (konsisten). Pada uji reliabilitas kali ini, penulis menggunakan persamaan Cronboach Alpha dengan data analisis dengan bantuan perhitungannya menggunakan aplikasi komputer SPSS. Dalam uji reliabilitas dikatakan:

1. Apabila hasil koefisien Alpha > 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien Alpha < 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

Adapun hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel di bawah ini:

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	10

Sumber: data yang diolah 2024 (aplikasih spss 26)

Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	10

Sumber: data yang diolah 2024 (aplikasi spss 26)

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	10

Sumber: data yang diolah 2024 (aplikasi spss 26)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat semua nilai *Alpha Chronbach's* > dari Nilai Alpha ini berarti menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan Reliabel.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk menghilangkan masalah tersebut.

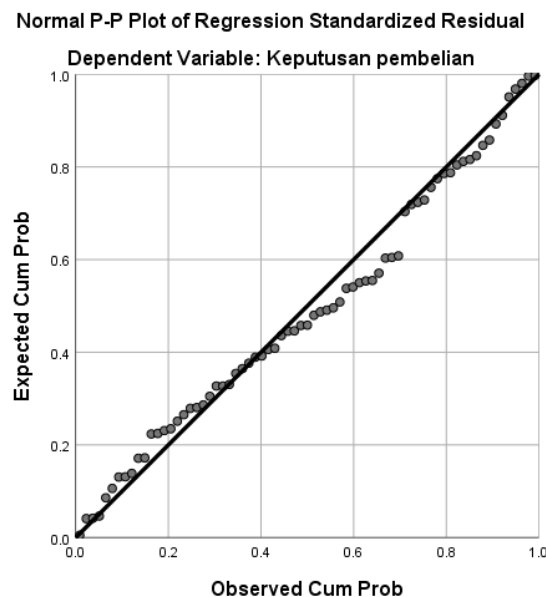
Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian untuk memenuhi persyaratan dan memperoleh penafsiran yang terbaik. Adapun uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikoloneritas, uji hesteroskedatisitas, uji korelasi. Pengujian asumsi klasik akan dilakukan sebagai berikut:

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji yang digunakan untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Seperti diketahui uji T dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi normalitas.



Gambar 4.1 Hasil Uji Normal P-Plot

Sumber: data yang diolah 2024 (aplikasi spss 26)

Berdasarkan hasil Gambar 4.1 di atas memperlihatkan penyebaran data disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi

memenuhi unsur normalitas atau dengan kata lain model regresi layak dipakai untuk prediksi nilai berdasarkan masukan dari variabel independen.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menemukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Untuk mendeteksi adanya Multikolinearitas jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari Multikolinearitas, VIF disini maksudnya pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas.

Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	HARGA	.589	1.698
	KUALITAS PRODUK	.589	1.698

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

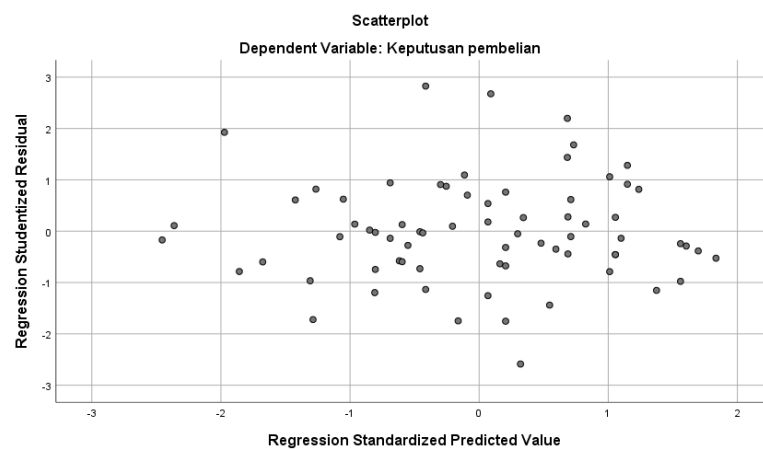
Sumber : data yang diolah 2024 (Aplikasih SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas diketahui bahwa nilai VIF variabel Harga (X1) dan variabel Kualitas Produk (X2) adalah $1.698 < 10$ dan nilai tolerance $0.589 > 0.10$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residu suatu pengamatan ke pengamatan lain. Dasar analisis adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : data yang diolah 2024 (Aplikasi SPSS 26)

Dari gambar 4.2 di atas terlihat bahwa sebaran titik tidak membentuk suatu pola/alur tertentu sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsi klasik tentang heteroskedastisitas dalam model ini terpenuhi, yaitu terbebas dari heteroskedastisitas.

4.5 Metode Analisis

4.5.1 Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Model regresi disini memasukkan dua variabel independen yaitu Harga dan Kualitas Produk. Analisis regresi linier berganda

digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yang terdiri dari variabel harga dan kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen.

Berikut ini adalah rumus regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien Regresi

X₁ = Harga

X₂ = kualitas produk

e = Standar error

Tabel 4.10 Uji Analisa Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.201	3.633		3.358	.001
Harga	.321	.100	.358	3.218	.002
Kualitas produk	.383	.100	.426	3.830	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: data yang diolah 2024 (aplikasi spss 26)

Dari tabel 4.10 diatas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 12.201 + 0.321X_1 + 0.383X_2 + e$$

1. Konstanta sebesar 12.201 artinya apabila harga dan kualitas produk sama dengan nol (0) maka nilai konstanta keputusan pembelian nilainya sebesar 12.201.

2. Berdasarkan variabel harga (X_1) hasil regresi yang menunjukkan bahwa variabel (X_1) memiliki nilai koefisien positif dengan nilai $b = 0.321$ artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X_1 sebesar 1 (satuan) maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0.321.
3. Berdasarkan variabel kualitas produk (X_2) hasil regresi yang menunjukkan bahwa variabel (X_2) memiliki nilai koefisien positif dengan nilai $b = 0.383$ artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X_2 sebesar 1 (satuan) maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0.383.

4.5.2 Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan, yaitu apakah hubungan yang ditemukan berlaku untuk seluruh populasi. Hasil hipotesis dapat diperoleh dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, $sig < 0,05$ maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, $sig > 0,05$ maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).

Tabel 4.11 uji T (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.201	3.633		3.358	.001
Harga	.321	.100	.358	3.218	.002
Kualitas produk	.383	.100	.426	3.830	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : data yang diolah 2024 (spss 26)

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas maka dapat dikatakan berpengaruh apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sebaliknya tidak terdapat pengaruh apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis dari tabel diatas diperoleh nilai t hitung (3.218) > t tabel (1.995) dan sig (0.002) < 0.05 maka dapat disimpulkan variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian **(hipotesis diterima)**.
2. Berdasarkan analisis dari tabel diatas diperoleh nilai t hitung (3.830) > t tabel (1.995) dan sig (0.000) < 0.05 maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian **(hipotesis diterima)**.

4.5.3 Uji F (simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Dasar pengambilan keputusan pengujian:

1. Jika signifikansi < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika signifikansi > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak dapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
3. H3 dugaan harga dan kualitas produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Minimarket Jono di Desa Modong.

Hasil uji F yang diperoleh dari masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12 Uji F (simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	545.929	2	272.965	34.678	.000 ^b
Residual	535.254	68	7.871		
Total	1081.183	70			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

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

Sumber: data yang diolah 2024 (aplikasi spss 26)

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.12 diatas didapatkan nilai f_{hitung} (34.678) $> f_{tabel}$ (3.98) dan sig (0.000) < 0.05 , maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sehingga **(Hipotesis diterima)**.

4.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (Harga dan Kualitas Produk) dalam menerangkan variasi variabel dependen (Keputusan Pembelian). Nilai determinasi adalah antara nol dan satu.

Tabel 4.14 Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.505	.490	2.806

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

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: data yang diolah 2024 (aplikasi spss 26)

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa pada kolom Adjusted R square diketahui adalah sebesar 0,490. Hal ini berarti bahwa besarnya pengaruh variabel Harga (X_1) dan variabel Kualitas Produk (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) adalah sebesar 49.0% sedangkan sisanya 51.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Harga (X_1) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) minimarket Jono desa Modong

Hipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa Harga (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Berdasarkan hasil penelitian Koefisien regresi X_1 (harga) sebesar 0.321 artinya apabila variabel harga mengalami kenaikan satu satuan (%), maka keputusan pembelian konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0.321. Variabel Harga (X_1) memiliki pengaruh secara parsial dengan variabel keputusan pembelian konsumen (Y). Dimana t_{hitung} (3.218) $> t_{tabel}$ (1.995) dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara harga (X_1) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) minimarket Jono di desa Modong.

Menurut Kotler dan Keller (2016), harga adalah salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang secara langsung memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Harga yang sesuai atau terjangkau akan meningkatkan persepsi nilai dan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam konteks ini, harga dipandang sebagai indikator kualitas dan

efisiensi, serta menjadi pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian wicaksono, dkk (2023) yang berjudul pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Indomie di Semarang. Menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Indomie di Semarang.

4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk (X₂) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) minimarket Jono desa Modong

Hipotesis kedua (H₂) menyatakan bahwa kualitas produk (X₂) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Berdasarkan hasil penelitian Koefisien regresi X₂ (kualitas produk) sebesar 0.383 artinya apabila variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan (%), maka keputusan pembelian konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0.383. Variabel kualitas produk (X₂) memiliki pengaruh secara parsial dengan variabel keputusan pembelian konsumen (Y). Dimana $t_{hitung} (3.830) > t_{tabel} (1.995)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk (X₂) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) minimarket Jono di desa Modong.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, serta atribut lain yang mencerminkan keunggulan produk tersebut. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan

kepuasan dan kepercayaan konsumen sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, kualitas produk menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan penelitian wicaksono, dkk (2023) yang berjudul pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian indomie di Semarang. Menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Indomie di Semarang.

4.6.3 Pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Jono di desa Modong

Hasil penelitian menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $34.678 > 3.98$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. berdasarkan hasil uji determinasi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 49.0% sedangkan sisanya 51.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial ataupun simultan.

Secara teoritis, menurut Schiffman dan Kanuk (2007), keputusan pembelian konsumen adalah proses pengambilan keputusan individu dalam memilih dan membeli produk atau jasa berdasarkan persepsi mereka terhadap nilai, manfaat, dan kualitas yang ditawarkan. Faktor-faktor seperti harga dan kualitas produk merupakan elemen utama dalam proses tersebut karena keduanya secara langsung memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk.

Hal ini sejalan dengan penelitian wicaksono, dkk (2023) yang berjudul pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian indomie di Semarang. Menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Indomie di Semarang.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel harga (X_1) $t_{hitung} (3.218) > t_{tabel} (1.995)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara harga (X_1) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) minimarket Jono di desa Modong.
2. Variabel kualitas produk (X_2) $t_{hitung} (3.830) > t_{tabel} (1.661)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) minimarket Jono di desa Modong.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $34.678 > 3.98$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. berdasarkan hasil uji determinasi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 49.0% sedangkan sisanya 51.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan pada penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik

Berdasarkan dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk dan harga sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga sebaiknya kualitas produk dan harga harus lebih ditingkatkan lagi karena jika semakin tinggi kualitas produk dengan harga sesuai yang diterima oleh konsumen maka keputusan pembelian juga semakin meningkat, begitupun sebaliknya.

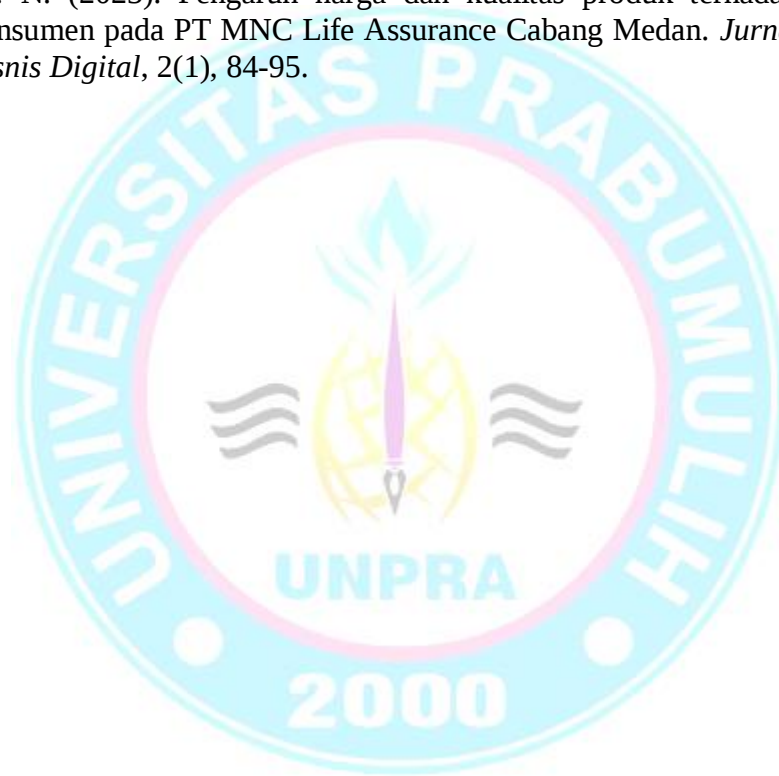
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Disarankan untuk meneliti variabel lain yang mungkin berdampak terhadap keputusan pembelian, seperti promosi, lokasi ataupun yang lainnya untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
- 2) Melakukan metode penelitian yang lebih luas, misalnya dengan pendekatan kualitatif atau komperatif, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fakro - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- 3) Disarankan untuk penelitian berikutnya dapat dilakukan di perusahaan lain agar dapat mengetahui apakah hasil penelitian ini berlaku secara umum atau hanya spesifik untuk Minimarket Jono Desa Modong.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananto, R., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori Terhadap Keputusan Pembelian PT. Fokus Dayautama Di Jakarta Timur. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2720-2729.
- Ghozali, P. S. M., & Sri Padmatyo, M. (2021). Pengaruh Digital Marketing Pada Minat Beli di E-Commerce (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Kawilarang, J. A. Y., Sambiran, S., & Kimbal, A. (2020). Dampak Kebijakan Perizinan Minimarket Terhadap Usaha Kecil Di Kecamatan Kawangkoan Dan Kawangkoan Barat. *Jurnal eksekutif*, 2(5).
- Kotler & Keller, K. L. (2022). Manajemen Pemasaran. edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: Lotulung, P. V., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Impor Pada Masyarakat Kelurahan Karombasan Utara Lingkungan 8 Kecamatan Wanea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 561-572.
- Maria Agatha, W. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 3(2).
- Maryati, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Miranda, A., Latief, F., & Zaeni, N. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover Pada Mahasiswa Itb Nobel Indonesia. *Jurnal Malomo: Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 29-41.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 610-630.
- Sari, D. I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan McDonald's Jakarta Timur. *Jurnal EMT Kita*, 7(4), 896-905.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24-37.
- Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan DI Cillo Coffee. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 662-675.

- Sugiyono. (2022). *Metodelogi Penelitian : kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta Bandung.
- Sujarweni,V.W. (2021). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian indomie di semarang. *Solusi*, 21(1), 10-19.
- Yunita, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, *Word Of Mouth*, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (skripsi), Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Yunita, L. (2023). Word Of Mouth dan Cita Rasa: Sebuah Pendekatan *Planned Behavior* pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 614-623.
- Zamili, S. N. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada PT MNC Life Assurance Cabang Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 2(1), 84-95.



Lampiran 1: kuesioner

**KUESIONER PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
MINIMARKET JONO DI DESA MODONG**

Responden :

I. Identitas Responden

1. Jenis kelamin :

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

2. Usia :

☐ 20 tahun

☐ >50 tahun

☐ 21-50 tahun

3. Pekerjaan :

☐ PNS

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Karyawan Swasta

☐ Lainnya,

☐ Pengusaha

4. Pendidikan Terakhir :

☐ SD

☐ SMP

☐ SMA

☐ S1

☐ Lainnya,

II. Petunjuk Pengisian

Dibawah ini terdapat beberapa pernyataan. Baca dan pahami setiap pernyataan yang diajukan dengan teliti sebelum memberikan pilihan jawaban. Pernyataan ini mohon di isi dengan sejujur-juurnya dan sesuai dengan keadaan dan kenyataan yang ada. Pilih salah satu jawaban yang menurut Anda paling tepat dengan memberikan tanda *checklist* (✓) pada salah satu jawaban SSS, SS, S, TS, dan STS pada kolom yang telah disediakan, Dimana:

Kriteria Penilaian

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju Sekali (SSS)	5
2.	Sangat Setuju (SS)	4
3.	Setuju (S)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Kuesioner Mengenai Harga (X_1)

No	Pernyataan	SSS	SS	S	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Harga produk yang ditawarkan Minimarket Jono sesuai dengan kemampuan finansial saya					
2	Saya merasa harga produk di minimarket Jono terjangkau dibandingkan dengan kualitas yang diberikan.					
3	Saya cenderung memilih Minimarket Jono ini karena harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pesaing.					
4	Minimarket Jono secara rutin menawarkan promosi atau diskon yang membuat harga lebih menarik dibandingkan pesaing.					
5	Saya lebih memilih produk dengan harga yang wajar daripada yang terlalu murah atau terlalu mahal.					
6	Diskon atau promosi harga sering kali mempengaruhi keputusan saya untuk membeli suatu produk di Minimarket Jono					
7	Saya merasa harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan					
8	Saya merasa puas dengan harga yang dibayarkan karena manfaat produk yang saya dapatkan.					

9	Penempatan periode harga saat ini meningkatkan minat saya untuk membeli produk di Minimarket Jono					
10	Saya merasa periode harga yang ditentukan sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan					

Kuesioner Kualitas Produk (X₂)

No	Pernyataan	SSS	SS	S	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk yang saya beli sudah sesuai dengan manfaatnya					
2	. Saya merasa puas dengan kinerja keseluruhan produk ini dalam memenuhi kebutuhan saya.					
3	Saya merasa produk yang saya beli di Minimarket Jono mudah digunakan tanpa perlu banyak bantuan atau panduan					
4	Saya merasa percaya bahwa produk yang ditawarkan Minimarket Jono dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan saya dan konsumen lain					
5	Fitur-fitur yang ditawarkan produk ini berfungsi dengan baik dan konsisten					
6	Informasi dan panduan terkait semua produk yang ada di Minimarket Jono Jelas dan mudah dipahami.					
7	Produk yang saya beli di Minimarket Jono dapat bertahan lama meskipun digunakan secara terus-menerus					
8	kombinasi warna produk yang ada di Minimarket Jono menurut saya sudah baik					
9	Produk yang ada memberikan performa yang konsisten sesuai dengan harapan saya					

10	Ketahanan dan daya tahan produk memenuhi kebutuhan saya.					
----	--	--	--	--	--	--

Kuesioner Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

No	Pernyataan	SSS	SS	S	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Harga yang tidak sesuai dengan ekspektasi saya sering menjadi hambatan utama dalam mengambil keputusan pembelian					
2	Saya sering merasa kesulitan untuk membandingkan produk atau layanan serupa sebelum melakukan pembelian					
3	Saya sering merasa kesulitan untuk membandingkan produk atau layanan serupa sebelum melakukan pembelian di Minimarket Jono					
4	Rekomendasi dari teman atau keluarga sangat memengaruhi keputusan pembelian saya					
5	Seberapa besar Anda setuju bahwa harga produk alternatif sebanding dengan manfaat yang ditawarkan					
6	Sejauh mana reputasi atau kredibilitas produk memengaruhi keputusan Anda untuk memilih alternatif tersebut					
7	Saya merasa produk yang saya beli memenuhi kebutuhan saya					
8	Harga produk yang saya beli sebanding dengan kualitas dan manfaat yang saya dapatkan.					

9	Saya berencana membeli produk/jasa ini lagi di masa mendatang					
10	Saya akan merekomendasikan produk ini kepada teman atau keluarga					



Lampiran 2: Tabulasi

Tabulasi Harga

NO	HARGA										TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
2	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	46
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	45
5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	46
6	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	44
7	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	43
8	3	5	4	4	3	4	3	3	3	3	35
9	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	42
10	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
11	4	3	4	3	5	4	4	5	3	4	39
12	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	43
15	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	45
16	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	46
17	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
18	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
19	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
20	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	33
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	36
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	43
25	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	39
26	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	36
29	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
30	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44
31	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	41
32	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	43
33	4	5	3	3	5	3	4	4	5	5	41
34	5	4	5	5	2	3	3	3	2	3	35
35	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	42

Tabulasi Kualitas Produk

[illegible]

41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
43	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
44	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	38
45	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	46
46	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	44
47	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
48	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
49	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	38
50	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	44
51	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43
54	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
55	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
56	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
57	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	44
58	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
59	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
60	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
61	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	39
62	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	46
63	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	46
64	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
69	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
70	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
71	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42

Tabulasi Keputusan Pembelian

NO	HARGA										TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
1	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	46
2	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	5	44
5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	45
6	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	44
7	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45

8	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	41
9	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	41
10	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	39
11	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	44
12	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	43
13	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
14	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44
15	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
16	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	45
17	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
18	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
19	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
20	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	37
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
22	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	42
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
24	3	5	4	4	5	5	4	5	4	3	42
25	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	46
27	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
28	3	4	4	4	3	5	4	5	3	5	40
29	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	43
30	3	5	4	4	4	4	4	5	3	5	41
31	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	40
32	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	39
33	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	44
34	4	3	3	3	5	3	4	4	4	3	36
35	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	39
36	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
37	3	3	5	3	4	3	4	3	3	4	35
38	3	3	5	4	4	3	4	3	4	4	37
39	3	4	5	4	4	4	5	3	5	4	41
40	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
41	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	46
42	5	3	3	4	4	5	3	3	3	3	36
43	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	44
44	5	4	4	4	3	3	3	5	4	4	39
45	5	4	4	4	5	3	5	5	4	5	44
46	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	36
47	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
48	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
49	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	36
50	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	43
51	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	45
52	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40

53	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	43
54	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	42
55	5	3	4	5	4	4	4	4	5	5	43
56	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	44
57	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	41
58	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	43
59	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	39
60	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	38
61	4	5	3	4	4	4	3	2	3	2	34
62	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	44
63	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	46
67	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	43
68	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	40
69	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49



Lampiran 3: Hasil Analisis

Hasil Uji Validitas

Harga (X1)

[illegible]

X106	Pearson Correlation	.345*	.295*	.132	.451*	.398*	1	.535*	.663*	.382*	.209	.678**
	Sig. (2-tailed)	.003	.013	.274	.000	.001		.000	.000	.001	.081	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X107	Pearson Correlation	.404*	.361*	.268*	.498*	.495*	.535*	1	.667*	.618*	.383*	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.024	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X108	Pearson Correlation	.374*	.269*	.157	.367*	.497*	.663*	.667*	1	.366*	.365*	.728**
	Sig. (2-tailed)	.001	.024	.192	.002	.000	.000	.000		.002	.002	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X109	Pearson Correlation	.174	.251*	.032	.157	.411*	.382*	.618*	.366*	1	.395*	.571**
	Sig. (2-tailed)	.147	.035	.792	.191	.000	.001	.000	.002		.001	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X110	Pearson Correlation	.322*	.229	.319*	.379*	.311*	.209	.383*	.365*	.395*	1	.586**
	Sig. (2-tailed)	.006	.055	.007	.001	.008	.081	.001	.002	.001		.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
TOTAL	Pearson Correlation	.663*	.622*	.533*	.727*	.667*	.678*	.804*	.728*	.571*	.586*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kualitas Produk (X2)

		Correlations										TOTAL
		X201	X202	X203	X204	X205	X206	X207	X208	X209	X210	L
X201	Pearson Correlation	1	.405*	.213	.280*	.381*	.329*	.407*	.354*	.472*	.294*	.646**
	Sig. (2-tailed)		.000	.075	.018	.001	.005	.000	.002	.000	.013	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X202	Pearson Correlation	.405*	1	.363*	.436*	.234*	.463*	.434*	.537*	.307*	.494*	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.049	.000	.000	.000	.009	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X203	Pearson Correlation	.213	.363*	1	.363*	.254*	.353*	.322*	.404*	.235*	.447*	.610**
	Sig. (2-tailed)	.075	.002		.002	.033	.003	.006	.000	.048	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X204	Pearson Correlation	.280*	.436*	.363*	1	.285*	.529*	.469*	.434*	.365*	.398*	.703**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.002		.016	.000	.000	.000	.002	.001	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X205	Pearson Correlation	.381*	.234*	.254*	.285*	1	.116	.310*	.098	.014	.041	.453**
	Sig. (2-tailed)	.001	.049	.033	.016		.334	.009	.418	.909	.737	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X206	Pearson Correlation	.329*	.463*	.353*	.529*	.116	1	.392*	.495*	.298*	.457*	.674**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.003	.000	.334		.001	.000	.012	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X207	Pearson Correlation	.407*	.434*	.322*	.469*	.310*	.392*	1	.432*	.232	.254*	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000	.009	.001		.000	.051	.033	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X208	Pearson Correlation	.354*	.537*	.404*	.434*	.098	.495*	.432*	1	.480*	.559*	.726**

Y05	Pearson Correlation	.185	.250*	.167	.366**	1	.193	.259*	.111	.322**	-.024	.470**
	Sig. (2-tailed)	.123	.035	.163	.002		.107	.029	.357	.006	.846	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y06	Pearson Correlation	.236*	.242*	.056	.311**	.193	1	.220	.120	.167	.167	.475**
	Sig. (2-tailed)	.047	.042	.642	.008	.107		.065	.319	.164	.163	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y07	Pearson Correlation	.301*	.233	.516**	.308**	.259*	.220	1	.295*	.562**	.327**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.011	.051	.000	.009	.029	.065		.013	.000	.005	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y08	Pearson Correlation	.032	.269*	.146	.227	.111	.120	.295*	1	.376**	.199	.502**
	Sig. (2-tailed)	.789	.024	.224	.057	.357	.319	.013		.001	.095	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y09	Pearson Correlation	.344**	.310**	.473**	.474**	.322**	.167	.562**	.376**	1	.426**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.003	.008	.000	.000	.006	.164	.000	.001		.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y10	Pearson Correlation	.054	.090	.354**	.130	-.024	.167	.327**	.199	.426**	1	.496**
	Sig. (2-tailed)	.655	.453	.002	.280	.846	.163	.005	.095	.000		.000
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y11	Pearson Correlation	.506**	.560**	.586**	.636**	.470**	.475**	.699**	.502**	.785**	.496**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas

Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.857	10

Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.839	10

Keputusan Pembelian (Y)

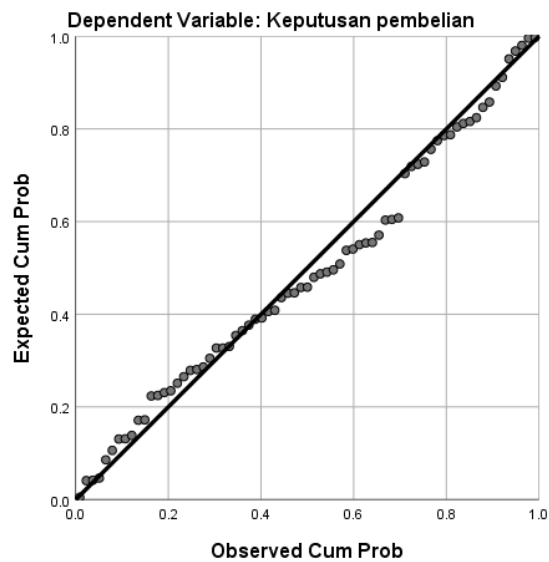
Reliability Statistics

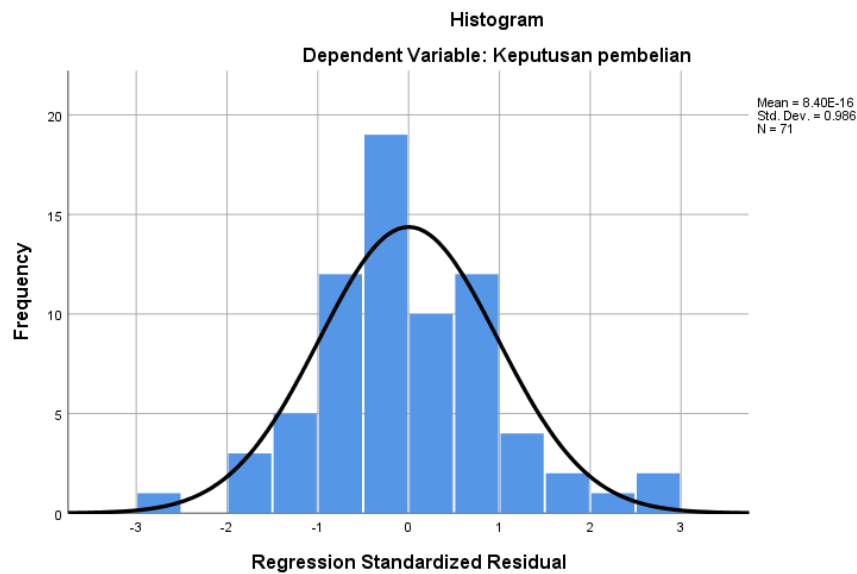
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.765	10

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





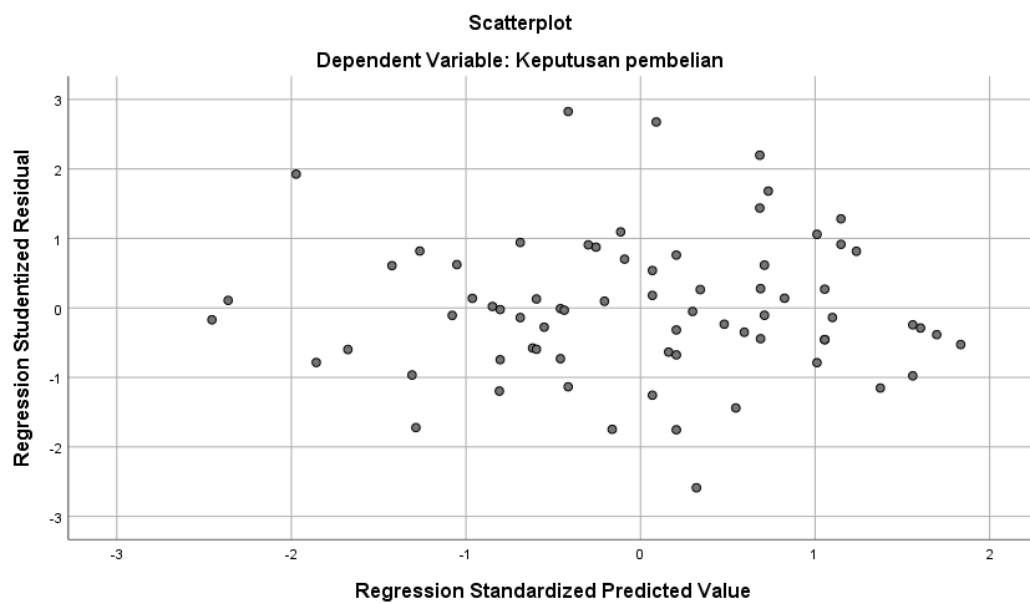
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	HARGA	.589	1.698
	KUALITAS PRODUK	.589	1.698

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.201	3.633		3.358	.001
	Harga	.321	.100	.358	3.218	.002
	Kualitas produk	.383	.100	.426	3.830	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.201	3.633		3.358	.001
	Harga	.321	.100	.358	3.218	.002
	Kualitas produk	.383	.100	.426	3.830	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	545.929	2	272.965	34.678	.000 ^b
	Residual	535.254	68	7.871		
	Total	1081.183	70			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

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

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.505	.490	2.806

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

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian



Lampiran 4: lembar kartu bimbingan

Dosen pembimbing I



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : YOLA PURWANINGSI
 NIM : 2021110079
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MINIMARKET
 JONO DI DESA MODONG KEC. SUNGAI ROTAN MUARA ENIM
 DOSEN PEMBIMBING I : AMANDIN, S.Pt., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
17/10/2024	Bg B I	- Judul - Masalah → 3 Variabel		
11/12/2024	Bg B I	perbaiki rumusan Masalah Variabel 1		
18/12/2024	Bg B I	Acc		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Prabumulih

AJABAR, S.IP., M.M
NIDN. 0202057601

KAMPUS
Jl. Patra No. 50 RT. 01 RW. 03 Kel. Sukaraja Kec. Prabumulih Selatan Kota Prabumulih
Email : feb@unpra.ac.id Website : <http://unpra.ac.id>

Dosen Pembimbing I

AMANDIN, S.Pt., M.M
NIDN. 0207088802



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PRABUMULIH

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : YOLA PURWANINGSI
 NIM : 2021110079
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MINIMARKET
 JONO DI DESA MODONG KEC. SUNGAI ROTAN MUARA ENIM
 DOSEN PEMBIMBING I : AMANDIN, S.Pt., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
7/2025 1	BAB II	Referensi penelitian - Daftar pustaka, Seharikan		
8/2025 1	BAB II	Acc		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Prabumulih

Dosen Pembimbing I

AJABAR, S.IP., M.M
NIDN. 0202057601

AMANDIN, S.Pt., M.M
NIDN. 0207088802

KAMPUS

Jl. Patra No. 50 RT. 01 RW. 03 Kel. Sukaraja Kec. Prabumulih Selatan Kota Prabumulih
 Email : feb@unpra.ac.id Website : <http://unpra.ac.id>



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PRABUMULIH

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : YOLA PURWANINGSI
 NIM : 2021110079
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MINIMARKET
 JONO DI DESA MODONG KEC. SUNGAI ROTAN MUARA ENIM
 DOSEN PEMBIMBING I : AMANDIN, S.Pt., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
8/1/2025	BAB III	populasi & sampel		
9/1/2025	BAB III	Acc		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Prabumulih

Dosen Pembimbing I

AJABAR, S.IP., M.M
NIDN. 0202057601

AMANDIN, S.Pt., M.M
NIDN. 0207088802

KAMPUS

Jl. Patra No. 50 RT. 01 RW. 03 Kel. Sukaraja Kec. Prabumulih Selatan Kota Prabumulih
 Email : feb@unpra.ac.id Website : <http://unpra.ac.id>



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PRABUMULIH

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : YOLA PURWANINGSI
 NIM : 2021110079
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MINIMARKET
 JONO DI DESA MODONG KEC. SUNGAI ROTAN MUARA ENIM
 DOSEN PEMBIMBING II : JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
20/2021 15	BAB IV	Pemilihan Responden - BAB IV		
22/2021 15	BAB IV	Data Responden		
23/2021 15	BAB IV	ACE → langkung BAB V		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Prabumulih

Dosen Pembimbing II

AJABAR, S.IP., M.M
NIDN. 0202057601

JUMADI WALAJRO, S.E., M.M
NIDN.

KAMPUS

Jl. Patra No. 50 RT. 01 RW. 03 Kel. Sukaraja Kec. Prabumulih Selatan Kota Prabumulih
 Email : feb@unpra.ac.id Website : <http://unpra.ac.id>

Dosem Pembimbing II



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : Yola Purwaningsi
 NIM : 201110079
 JUDUL SKRIPSI : Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada mini market di desa modong

DOSEN PEMBIMBING II :

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
17/10/24	BAB I	Teknik pemilihan proposal. Referensi multiple (sumber)		
23/10/24	BAB I	Buat pemetaan prokural typo. penulisan dan tahun cukup (aspeknya)		
25/10/24	BAB I	ACC. Keperbimbing I		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Prabumulih

AJABAR, S.IP., M.M
NIDN. 0202057601

Dosen Pembimbing II

JUMADI WALAJRO, S.E., M.M
NIDN.

KAMPUS
 Jl. Patra No. 50 RT. 01 RW. 03 Kel. Sukaraja Kec. Prabumulih Selatan Kota Prabumulih
 Email : feb@unpra.ac.id Website : <http://unpra.ac.id>



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : YOLA PURWANINGSI
NIM : 2021110079
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MINIMARKET DI
DESA MODONG
DOSEN PEMBIMBING II : JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
11/12/2024	BAB II	Perbaiki sesuai saran pembimbing II. perhatikan typo. pengantar.		
18/12/2024	BAB II	Perhatikan penomoran sub judul. perbaiki sesuai saran pembimbing		
20/12/2024	BAB II	ACC. lembar ke page I		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Prabumulih

AJABAR, S.IP., M.M
NIDN. 0202057601

Dosen Pembimbing II

JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

KAMPUS

Jl. Patra No. 50 RT. 01 RW. 03 Kel. Sukaraja Kec. Prabumulih Selatan Kota Prabumulih
Email : feb@unpra.ac.id Website : <http://unpra.ac.id>



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PRABUMULIH

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : YOLA PURWANINGSI
 NIM : 2021110079
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MINIMARKET DI
 DESA MODONG
 DOSEN PEMBIMBING II : JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
20/12/2024	BAB III	Perbaiki sesuai saran pembimbing - lengkapi Daftar pustaka dan Daftar urutan		
07/01/2025	BAB III	Perbaiki sesuai saran. penulisan bagian 2.		
08/01/2025	BAB III	Perbaiki sesuai saran. penulisan ACC. lanjut ke pembimbing I		

Mengetahui,
 Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
 Universitas Prabumulih

AJABAR, S.IP., M.M
 NIDN. 0202057601

Dosen Pembimbing II

JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

KAMPUS

Jl. Patra No. 50 RT. 01 RW. 03 Kel. Sukaraja Kec. Prabumulih Selatan Kota Prabumulih
 Email : feb@unpra.ac.id Website : <http://unpra.ac.id>



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PRABUMULIH

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : YOLA PURWANINGSI
 NIM : 2021110079
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MINIMARKET
 JONO DI DESA MODONG KEC. SUNGAI ROTAN MUARA ENIM
 DOSEN PEMBIMBING II : JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
04/2025 06	BAB IV - V	Perhatikan teknik penulisan skripsi - di teliti lagi uji Validitas Variabel. - Perhatikan skema diagram penulisan		
06/2025 06	BAB IV	Perbaiki cara mengutip Milton Varsh Terendam di tulis buku Varsh.		
12/2025 06	BAB IV	Perbaiki cara mengutip Varsh di awal dan jelaskan yg tertera. di buku Varsh Variabel. ACC. lanjut ke Pembimbing I		

Mengetahui,
 Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
 Universitas Prabumulih

AJABAR, S.IP., M.M
 NIDN. 0202057601

Dosen Pembimbing II

JUMADI WALAJRO, S.E., M.M
 NIDN.....

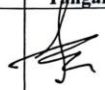
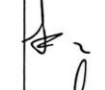
KAMPUS

Jl. Patra No. 50 RT. 01 RW. 03 Kel. Sukaraja Kec. Prabumulih Selatan Kota Prabumulih
 Email : feb@unpra.ac.id Website : <http://unpra.ac.id>

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : YOLA PURWANINGSI
NIM : 2021110079
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MINIMARKET
JONO DI DESA MODONG KEC. SUNGAI ROTAN MUARA ENIM
DOSEN PEMBIMBING II : JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
04/2021 06	Bab V	Perbaikan sesuai saran pemerintah		
06/2021 06	Bab V	Idem		
12/2021 06	Bab V	Perbaiki saran dan kesimpulan pada Bab V. ACC. lanjut ke Revisi I		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Prabumulih

AJABAR, S.IP., M.M
NIDN. 0202057601

Dosen Pembimbing II


JUMADI WALAJRO, S.E., M.M
NIDN.

KAMPUS

Jl. Patra No. 50 RT. 01 RW. 03 Kel. Sukaraja Kec. Prabumulih Selatan Kota Prabumulih
Email : feb@unpra.ac.id Website : <http://unpra.ac.id>

Lampiran 5: Surat Izin Penelitian

MINIMARKET JONO
DESA MODONG KEC. SUNGAI ROTAN KABUPATEN MUARA ENIM KODE POS 31357

SURAT KETERANGAN

Perihal: Surat Balasan Izin Penelitian

Kepada Yth:
 Dekan Fakultas Ekonomi
 Dan Bisnis Universitas Prabumulih
 Di
 Tempat

Dengan Hormat,
 Sehubungan dengan surat tanggal 22 Mei 2025 perihal permohonan izin untuk mengambil data dan penelitian, penyusunan Skripsi mahasiswa yang bernama:
 Nama : Yola Purwaningsi
 Nim : 2021110079
 Dengan judul penelitian "pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Minimarket Jono di Desa Modong Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim".
 Kami menyampaikan beberapa hal:

1. Pada dasarnya kami tidak keberatan, dan kami mengizinkan untuk melakukan penelitian di tempat kami.
2. Izin penelitian dilakukan untuk kepentingan akademik
3. Waktu penelitian dilakukan di hari dan jam kerja

Demikian surat balasan dari kami, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

Prabumulih, 8 Juni 2025
 Minimarket Jono
 Hormat Kami,


 (Iwandi)

Lampiran 6: Dokumentasi



Lampiran 7: Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Yola Purwaningsi adalah nama penulis skripsi ini. Lahir pada tanggal 15 November 2003, di Desa Tanjung Miring, Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan. Penulis merupakan anak ketiga dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak Elda dan Ibu Mareni. Penulis pertama sekali masuk pendidikan di SD Negeri 20 Sungai Rotan pada tahun 2009 dan lulus pada tahun 2015, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke MTS Nurul Iman Modong dan lulus pada tahun 2018. Setelah lulus, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 3 Tanah Abang Kabupaten Pali dengan jurusan IPA dan lulus pada tahun 2021. Setahun setelahnya tepatnya pada tahun 2021 penulis memilih melanjutkan pendidikan di Kampus Universitas Prabumulih Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen dan InsyaAllah penulis akan lulus pada tahun 2025 ini. Dengan ketekunan, kerja keras dan motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang positif. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Minimarker Jono di Desa Modon Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim”**