

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA CV. DUTA
DHARMA CABANG PADAT KARYA
KOTA PRABUMULIH**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

RAHMONA MEISYA DWIARSY

2021110081

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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih

Disusun Oleh

Nama : Rahmona Meisya Dwiarsy

NIM : 2021110081

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.IP., M.M

21 Juli 2025

Pembimbing 1

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

21 Juli 2025

Pembimbing 2

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Universitas Prabumulih



Amandin, S.IP., M.M

NIDN. 022057601

LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Duta Dharma
Cabang Padat Karya Kota Prabumulih

Disusun Oleh

Nama : Rahmona Meisya Dwiarsy

NIM : 2021110081

Program Studi : Manajemen

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

Menyetujui,

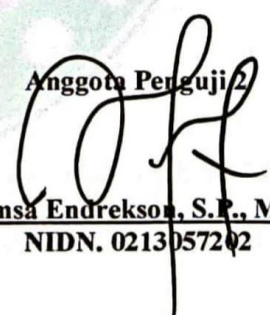
Ketua Penguji


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

Anggota Penguji 1


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

Anggota Penguji 2


Romsa Endrekson, S.P., M.M.
NIDN. 0213057202

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 : Rahmona Meisya Dwiarsy
Nim : 2021110081
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Cv. Duta Dharma Kota Prabumulih” 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, 15 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan



Rahmona Meisya Dwiarsy
2021110081

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Ketika segalanya menjadi sulit, berhentilah sejenak dan lihat seberapa jauh kamu melangkah. Jangan lupa betapa berharganya itu”

(Kim Taehyung- BTS)

“orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* nya saja, jadi berjuanglah untuk diri sendiri jangan pernah menaruh harapan lebih pada seseorang yang kita belum tau peran pentingnya dalam proses kita”

Saya persembahkan Kepada:

1. Orang Tua
2. Keluarga
3. Sahabat dan Teman-teman
4. Almamater

**Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Pada CV. Duta Dharma Cabang adat Karya Kota Prabumulih**

Oleh:

Rahmona Meisya Dwiarsy

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Prabumulih

Email: rahmonameisya@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma Kota Prabumulih. Populasi dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang dari seluruh konsumen CV. Duta Dharma Kota Prabumulih. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu berupa hasil kuesioner yang diperoleh dari responden konsumen CV. Duta Dharma Kota Prabumulih. 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 kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan F sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

***The Influence of Product Quality and Price on Product Purchasing Decisions
at CV. Duta Dharma Padat Karya Branch, Prabumulih City***

By: Rahmona Meisya Dwiarsy

Faculty of Economics and Business

Prabumulih University

Email: rahmonameisya@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an influence of product quality and price on product purchasing decisions at CV. Duta Dharma, Prabumulih City. The population and sample in this study were 60 people from all consumers of CV. Duta Dharma Kota Prabumulih. The data used in this study are primary data, namely in the form of questionnaire results obtained from consumer respondents of CV. Duta Dharma Kota Prabumulih. 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 show that product quality has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of $0.000 < 0.05$. Price has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of $0.001 < 0.05$. Product quality and price have a simultaneous effect on purchasing decisions with a significance value of F of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih”**.

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 CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih.

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. Allah SWT. Atas segala rahmat, petunjuk, dan kekuatan yang telah di berikan kepada penulis dalam menyelesaikan setiap tahapan penyusunan skripsi ini
2. Kedua orang tua tercinta, Almarhum papa Triesman Chalim yang jauh raganya dan Mama Neliyana yang senantiasa mendukung serta mendoakan dimanapun penulis berada. Terima kasih untuk semua kerja keras, untuk setiap tetes keringat dan setiap air mata yang jatuh demi memperjuangkan banyak hal untuk penulis menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan gelar sarjana ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan rezeki serta kebahagiaan

kepada mama, semoga mama selalu sehat, dapat terus ada untuk mendampingi setiap proses yang akan penulis lalui, semoga papa diberi ketenangan dan ditempatkan di surganya Allah SWT. Semoga kelak penulis dapat membanggakan dan membahagiakan kalian.

3. Kepada yang tersayang, Adik perempuan penulis, Ratu Trisna Khasanah yang menjadi sumber kekuatan penulis untuk menghadapi apapun. Terima kasih banyak untuk semangat dan dukungan di tiap harinya, sosok yang menjadi alasan penulis untuk bangkit dan semangat dalam mengejar pendidikan tinggi ini. Segala doa baik selalu ingin penulis panjatkan untuk kesuksesanmu.
4. Dr. Yuniar Pratiwi selaku Rektor Universitas Prabumulih
5. Bapak, Haidir Wady, S.E., M.Si selaku Ketua Yayasan Pendidikan Prabumulih
6. Bapak Amandin, S.Pt, M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen FEB Universitas Prabumulih dan selaku Pembimbing I
7. Bapak Jumadi Walajro, S.E., M.Si selaku Pembimbing II
8. Bapak/Ibu Dosen Manajemen FEB Universitas Prabumulih yang telah memberikan ilmunya dan menghantarkan penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal.
9. Bapak/Ibu pimpinan CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih.
10. Seluruh sahabat, teman-teman seperjuangan di kelas Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih dan teman-teman yang ada di kampung.
11. Kepada keluarga besar, yang selalu menasehati dan mendoakan penulis, Nenek Hoyona Cik Nussy Marina S.Pd, Tante RA Indrawati, Tante Neti, Bik Yeni

Partina, Om Simpriadi, Mang Endang Zumantri, Om Jimi Iskandar, Om Andi.
Dan untuk mereka yang juga sudah di surga Almarhum Atok Hosri serta
Almarhum Om Zaldi.

12. Para sepupuku Alvin Apriansa S.H, Indriani Dwitari S.E, Shintia Anisha Futri, Shendi Radika Putra, Indana Tridastari, Shalwa Azzahra Futri, Ahmad Affan Nur Majid, Amar Faik nur Majid, Khalid Al qarni, Khalil Al kautsar, Khafi Al Hafidz, Kharim Al Hisyam, Salwa dan Salma. Terima kasih untuk dukungan dan doa kalian semoga hal baik menyertai kalian semua.
13. Keponakan kecil, *Baby* jean Faeyza Afkaryan, yang menjadi penyemangat untuk penulis.
14. Kedua sahabat kampus, Yola Purwaningsi S.E dan Nia Safhira S.E, terima kasih karna selalu menemani penulis semasa kuliah hingga akhir proses pembuatan skripsi ini, yang selalu menemani bimbingan, terima kasih untuk kebersamaannya dan kemanapun penulis melangkah selalu ada kalian, semoga kalian selalu diberikan kesuksesan di masa depan.
15. Teman sekaligus keluarga, Yuk Pujik, Desti, Shinta, Yuk Fika, Immo Ani.
16. kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, kiranya Tuhan Yang Maha Esa membalas segala amal dan budi baik semuanya, Amin.
17. Terakhir, Terima kasih untuk penulis sampaikan untuk diri saya sendiri yang telah berjuang sejauh ini dan selalu mengusahakan semuanya agar bisa sebaik mungkin. Terima kasih untuk setiap kesabaran, keikhlasan dan keteguhan hati yang tidak pernah menyerah meskipun lelah. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan, kebahagiaan, dan keberhasilan di hidupmu.

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, 15 Juni 2025

Penulis

Rahmona Meisya Dwiarsy
2021110081



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	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Manfaat Teoritis	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	4

BAB II KAJIAN TEORI	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Kualitas Produk	6
2.1.2 Harga.....	9
2.1.3 Keputusan Pembelian	13
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	17
2.4 Hipotesis.....	19
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Metode dan Desain penelitian.....	20
3.1.1 Metode Penelitian	20
3.1.2 Desain Penelitian	20
3.2 Lokasi dan Waktu.....	21
3.2.1 Lokasi Penelitian	21
3.2.2 Waktu Penelitian.....	21
3.3. Populasi dan Sampel.....	21
3.3.1 Populasi	21
3.3.2 Sampel.....	22
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	23
3.4.1 Jenis Data	23
3.4.2 Sumber data.....	24
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
3.5.1 Definisi Operasional	24

3.5.2 Variabel Penelitian.....	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	27
3.6.1 Penelitian Lapangan.....	28
3.6.2 Penelitian Kepustakaan	38
3.7 Uji Instrumen Penelitian	29
3.7.1 Uji Validasi	29
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	29
3.8 Uji Asumsi Klasik	30
3.8.1 Uji Normalitas	30
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.8.3 Uji Multi Kolinearitas	31
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
3.10 Pengujian Hipotesis	32
3.10.1 Uji Parsial (Uji T)	32
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	32
3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Sejarah Singkat CV. Duta Dharma	34
4.1.2 Visi dan Misi CV. Duta Dharma	35
4.2 Karakteristik Responden.....	36
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.3 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner	38
4.3.1 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	40
4.3.2 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Harga	41
4.3.3 Analisis Tanggapan Responden Keputusan Pembelian	42
4.4 Uji Instrumen Penelitian	43
4.4.1 Uji Validitas	43
4.4.2 Uji Reliabilitas	45
4.5 Uji Asumsi Klasik	46
4.5.1 Uji Normalitas	46
4.5.2 Uji Multikolinieritas	47
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	48
4.6 Uji Regresi Linear Berganda	49
4.7 Uji Hipotesis	50
4.7.1 Uji t (Parsial)	50
4.7.2 Uji f (Simultan)	52
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.8 Pembahasan dan Hasil	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Jumlah Konsumen CV. Duta Dharma	24
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	27
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	41
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Harga	42
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.7 Uji Validasi Kualitas Produk	44
Tabel 4.8 Uji Validasi Harga.....	45
Tabel 4.9 Uji Validasi Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Harga.....	46
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.14 Uji Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial)	52
Tabel 4.16 Hasil Uji f (Simultan)	53
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas p-plot	47
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisi oner Penelitian.....	63
Lampiran 2 : Tabulasi Respon den	66
Lampiran 3 : Hasil Analisis Regresi	71
Lampiran 4 : Kartu Bimbingan.....	80
Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian	90
Lampiran 6 : Dokumentasi Penelitian.....	91
Lampiran 7 : Riwayat Hidup	92



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era bisnis saat ini, tingkat persaingan usaha di Indonesia sangat ketat karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis jasa percetakan.

Dalam suatu bisnis salah satu kunci keberhasilannya adalah pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Amalia, 2019:98) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Pada dasarnya, konsumen akan membeli produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat dan kualitas dari produk tersebut. Menurut Mowen dan Minor (dalam Asnawi, dkk 2019:20) kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten.

Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya. Harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk serta keputusan pembelian konsumen. Menurut Tjiptono (dalam Amalia, 2019:99) harga adalah hukum moneter yang dapat ditikarkan untuk mendapatkan hak atas suatu barang atau memakai layanan jasa.

Berdasarkan pernyataan diatas kualitas produk dan harga memiliki keterkaitan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau menjadi faktor keputusan pembelian oleh konsumen. Oleh karna itu PT, Duta Dharma harus meningkatkan kesesuaian kualitas produk dan harga produknya.

Atas dasar latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Duta Dharma Kota Prabumulih”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma Prabumulih?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma Prabumulih ?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma Prabumulih ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan proposal ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma Prabumulih.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma Prabumulih.

3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma Prabumulih .

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan usaha untuk kedepannya mengenai kualitas produk dan harga. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya agar lebih baik.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta sebagai latihan dalam menerapkan ilmu yang telah didapatkan sewaktu perkuliahan sehingga dapat dijadikan bekal dan masukan dalam mengembangkan potensi diri untuk menjadi seorang wirausaha.

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi akademisi yaitu sebagai referensi dan tambahan literatur kepustakaan, khususnya untuk jenis penelitian yang membahas mengenai keputusan pembelian.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan perusahaan untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan proposal yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA CV. DUTA DHARMA KOTA PRABUMULIH", sistematika penulisan di bagi dalam beberapa bab yang masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas tentang teori yang digunakan dalam penelitian, berisi pemaparan yang terkait dengan penelitian terdahulu, dan menggambarkan kerangka pemikiran serta rumusan hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Membahas tentang metode apa yang digunakan dalam penelitian, yang terdiri dari jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum tentang produk CV. Duta Dharna Cabang Padat Karya, hasil penelitian dan analisa secara kuantitatif serta statistik serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

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 LandasanTeori

2.1.1 Kualitas Produk

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (dalam Milano. A , dkk 2021:16) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasukkeseluruhan ketahanan, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut P. Kotler (dalam Lystia, dkk 2022:396) kualitas produk adalah ciri karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Lystia, dkk 2022:396) kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Kualitas produk menunjukkan kesesuaian antara harapan konsumen terhadap produk yang dikonsumsi. Jadi semakin sesuai antara harapan konsumen dengan kenyataan yang diperolehnya, maka kualitas produk tersebut akan semakin tinggi.

2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Assauri (dalam Vanny,dkk 2022:145-146) faktor yang mempengaruhi kualitas produk ada sembilan yang di kenal dengan 9M, yaitu:

- 1.) *Market* (pasar)
- 2.) *Money* (modal)
- 3.) *Management* (manajemen)
- 4.) *Men* (sumber daya manusia)
- 5.) *Motivation* (motivasi)
- 6.) *Materials* (beban)
- 7.) *Machine and mechnazation* (mesin dan Mekanisasi)
- 8.) *Modern information method* (metode informasi modern)
- 9.) *Mounting product reluirement* (persyaratan proses produksi)

2.1.1.3 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Walker at al (dalam Lystia, dkk 2022:396) dimensi kualitas produk, yaitu:

1. *performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi sprsifikasi tertentu dari konsumen atau tudak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

5. *Reliability* (reliabilitas), probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. *Perceived quality* (kesan Kualitas), merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena dapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kurang informasi atas produk yang bersangkutan.

2.1.1.4 Indikator Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (dalam Lystia, dkk 2022:396) terdapat tujuh indikator kualitas produk, yaitu:

1. *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli.
2. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. *Reliability* (reliabilitas) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. *Conformance 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 dapat digunakan.
6. *Esthetics* (estetika) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

7. *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

2.1.1.5 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono (dalam Lystia, dkk 2022:396) kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Berlandaskan pada persepsi tersebut, kualitas yang didefinisikan pada hal ini di batasi pada penjelasan mengenai kualitas sebuah produk dan produk itu memiliki sifat yang berhubungan mutu, jadi saat sebelum membuat keputusan untuk membeli maka calon pembeli hendaknya mengamati terlebih dahulu kualitas produk yang diadakan tersebut dalam kondisi baik ataupun tidak baik.

2.1.2 Harga

2.1.2.1 Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penyedia produk atau jasa untuk memenangkan persaingan, untuk itu harga harus ditetapkan. Menurut Tjiptono (dalam Vanny, dkk 2022:146-147) mengemukakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya. Menurut Daryanto (dalam Vanny, dkk 2022:147) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Sedangkan menurut Malau (dalam Vanny. G,

dkk 2022:147) harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, dengan kata lain itu merupakan produk atau merek yang saling bersaing.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Menurut Malau (dalam Vanny, dkk 2022:147) faktor-faktor yang mempengaruhi harga adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor Internal

- 1) Sasaran Pemasaran. Sasaran-sasaran yang umum bertahan hidup dengan menetapkan harga terendah selama harga penjualan masih dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap sehingga perusahaan masih tetap survival.
- 2) Strategi Marketing Mix. Keputusan mengenai harga harus dikoordinasikan dengan keputusan-keputusan mengenai desain produk, distribusi dan promosi.
- 3) Biaya perusahaan. Menetapkan suatu harga yang dapat menutup semua biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk tersebut, termasuk suatu tingkat laba yang wajar atas segala upayanya serta resiko yang dihadapi.
- 4) Pertimbangan Organisasi. Manajemen harus menetapkan siapa di dalam organisasi yang bersangkutan yang bertanggung jawab atas penetapan harga ialah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan, dan akuntan serta para wiraniaga.

2. Fakor-faktor Eksternl

- 1) Pasar dan Permintaan. Sebelum menetapkan harga, pemasar harus memahami hubungan antar warga dan permintaan terhadap produk atau jasa itu.
- 2) Biaya, harga dan tawaran pesaing. Seorang konsumen yang mempertimbangkan membeli suatu produk, akan mengevaluasi harga produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan membandingkan kualitas produk itu.
- 3) Faktor-faktor eksternal lainnya. Faktor-faktor lain itu, pertama kondisi ekonomi seperti inflasi, boom, resesi serta tingkat bunga, mempengaruhi keputusan mengenai harga karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi biaya produksi sebuah produk dan persepsi konsumen terhadap harga serta nilai produk itu.

2.1.2.3 Dimensi Harga

Menurut Kotler dan Amstrong yang diterjemahkan oleh Alexander Bob Sabran (dalam Boimau, dkk 2021:173) menyatakan bahwa terdapat empat dimensi yang dipakai dalam menetapkan harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Kesesuaian harga dengan produk

2.1.2.4 Indikator Harga

Indikator harga menurut Suparyanto dan Rosad (dalam Milano, dkk 2021:17) adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga

Merupakan kemampuan daya beli konsumen atas produk yang dibelinya agar dapat memenuhi keinginannya akan suatu produk.

2. Kesesuaian harga

Kualitas produk yang diperoleh sebanding atau lebih besar dari nilai uang yang dikeluarkan.

3. Daya saing harga

Kemampuan perusahaan dalam menentukan harga yang dapat bersaing dengan harga produk yang lain yang ada dipasaran.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk yang dibelinya.

2.1.2.5 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian

Menurut Daryanto (dalam Vanny, dkk 2022:147) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Sedangkan menurut Malau (dalam Vanny, dkk 2022:147) harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, dengan kata lain itu merupakan produk atau merek yang saling bersaing.

Berdasarkan uraian diatas perbandingan harga menentukan keputusan pembelian, sebab kebanyakan konsumen akan memilih produk dengan harga terjangkau dan kualitas baik dibandingkan dengan produk kualitas baik dengan harga yang lebih mahal.

2.1.3 Keputusan Pembelian

2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap akhir konsumen benar-benar membeli produk. Dalam membeli dan mengonsumsi sesuatu terlebih dahulu konsumen membuat keputusan mengenai produk apa yang dibutuhkan, kapan, bagaimana dan dimana proses pembelian atau konsumsi itu. Oleh karena itu diperlukan suatu proses pengambilan keputusan untuk membeli barang atau jasa.

Menurut Fahmi (dalam Vanny, dkk 2022:143) keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Menurut Tjiptono (dalam Vanny, dkk 2022:143) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Sedangkan menurut Peter dan Olson (dalam Vanny, dkk 2022:143) keputusan pembelian merupakan sebagai penyelesaian masalah berfokus pada tujuan konsumen (konsekuensi atau nilai yang diharapkan dalam rantai alat tujuan) yang ingin diraih atau dipenuhi oleh mereka.

Keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang diambil dan dijadikan pertimbangan dalam pembelian suatu produk.

2.1.3.2 faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Sunyoto (dalam Vanny, dkk 2022:144) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen, yaitu:

1. Konsumen Individual, pilihan untuk membeli suatu produk dengan merek tertentu dipengaruhi oleh hal-hal yang ada pada diri konsumen seperti kebutuhan, persepsi terhadap karakteristik merek, sikap, kondisi demografis, gaya hidup dan karakteristik kepribadian individu akan mempengaruhi pilihan individu terhadap berbagai alternatif merek yang tersedia.
2. Lingkungan, yang mempengaruhi konsumen terhadap merek dipengaruhi oleh lingkungan disekitarnya.
3. Stimuli pemasaran atau strategi pemasaran, dalam hal ini pemasar berusaha mempengaruhi konsumen dengan menggunakan stimuli-stimuli pemasaran seperti iklan dan sejenisnya agar konsumen bersedia memilih produk yang ditawarkan.

2.1.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (dalam Pratiwi, dkk 2019:154) terdapat dimensi keputusan pembelian diantaranya:

1. Pilihan produk
2. Pilihan merek
3. Pilihan penyalur
4. Jumlah pembelian
5. Penentuan waktu kunjungan
6. Metode pembayaran

2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Thompson dan Peteraf (dalam Lystia, dkk 2022:394) terdapat empat indikator keputusan pembelian, diantaranya:

1. Sesuai kebutuhan, pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.
2. Mempunyai manfaat, produk yang dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen.
3. Ketepatan dalam membeli produk, harga produk sesuai kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Pembelian berulang, keadaan dimana konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berniat selalu melakukan transaksi dimasa yang akan datang.

2.1.3.5 Hubungan Kualitas produk, Harga dengan Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (dalam Milano, dkk 2021:16) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan ketahanan, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut Daryanto (dalam Vanny, dkk 2022:147) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Menurut Tjiptono (dalam Vanny, dkk 2022:143) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat

memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Berlandaskan penjelasan tersebut hubungan antara kualitas produk dan harga dengan keputusan pembelian sangatlah erat, keputusan pembelian adalah tahap akhir yang dilakukan konsumen setelah mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan. Kualitas produk yang baik dengan harga terjangkau akan menjadi nilai ukur konsumen dalam mencapai keputusan pembelian.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil pencarian peneliti terhadap hasil penelitian sebelumnya ditemukan beberapa hasil penelitian yang terkait dengan penelitian ini diantaranya:

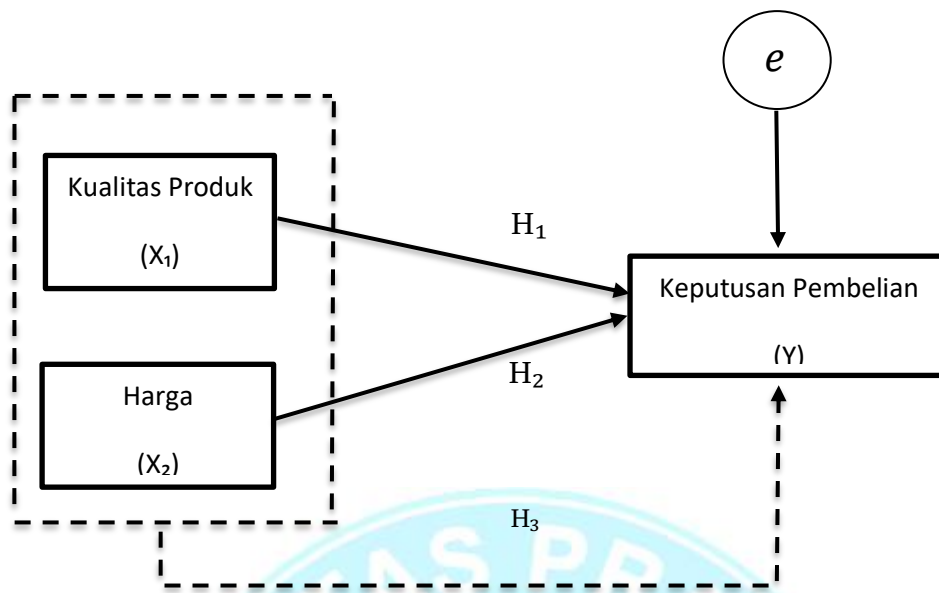
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO.	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan/ Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Cici Dwi Tamara dan Ra Nurlinda. (2024)	Pengaruh Kualitas Produk, Lifestyle, Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian	Pada penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu Kualitas produk, <i>Lifestyle</i> , <i>Country of origin</i> dan Keputusan pembelian.	Hasil penelitian pengaruh kualitas produk, lifestyle, dan country of origin memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian.
2.	Hadyan Taris Pratama dan Yessy Artanti. (2023)	Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada konsumen Jasa Cetak di Surabaya.	Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel x yaitu Kualitas produk, Daya tarik iklan, dan Harga, serta satu variabel Y keputusan pembelian.	Hasil penelitian pengaruh kualitas produk dan daya tarik iklan dan harga berpengaruh positif dan signifikan, terhadap keputusan pembelian jasa cetak di Surabaya.
3.	Geo Vanny Maruli Tua, Andri, dan Ira Meike Andriyani. (2022)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible DAB	Pada penelitian ini variable yang digunakan sama namun objeknya berbeda.	Hasil penelitian ini kualitas produk dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mesin

		Decker di CV. Citra Nauli Electricsindo.		pompa air submersible DAB Decker di CV.Citra Nauli Electicsindo.
4.	Alyssa Milano, Agus Sutardjo, dan Rizka Hadya. (2021)	Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko "Florensia" Kota Sawahlunto.	Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel X Kualitas produk, Harga, dan Promosi serta satu variabel Y Keputusan pembelian.	Hasil penelitian pengaruh kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan. Harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5.	Indra Ade irawan. (2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Onlinr Dimasa Pandemi COVID-19	Pada Penelitian ini menggunakan variabel yang sama namun ditambahkan satu variabel yang berbeda yaitu Citra Merek.	Hasil penelitian pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan sintesis tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga menghasilkan sintesis tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesis tentang variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis. Pada penelitian ini kerangka berfikirnya adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

- : Pengaruh secara individu
 - - - - -→ : Pengaruh secara Bersama-sama

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan kerangka berfikir di atas dapat dijelaskan bahwa diduga kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Harga diduga juga mempengaruhi keputusan pembelian. Serta secara bersama kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji lagi kebenarannya. Berdasarkan dengan kerangka berfikir diatas, dapat ditarik hipotesis sementara yaitu:

H₁ : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada PT. Duta Dharma Prabumulih.

H₂ : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada PT.

Duta Dharma Prabumulih.

H₃ : Kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada PT. Duta Dharma Prabumulih.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Dan Desain Penelitian

3.1.1 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. Pada penelitian ini, data kuantitatif diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden. Analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji dan membuktikan hipotesis yang telah dibuat.

Hipotesis yang telah dibuat akan diuji apakah berpengaruh antara variabel kualitas produk (X_1) dan variabel harga (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

3.1.2 Desain Penelitian

Desain penelitian yaitu rencana tentang suatu cara mengumpulkan data agar dapat dilaksanakan dengan teratur. Desain penelitian melibatkan seperangkat keputusan mengenai topik apa yang akan dipelajari, bagaimana populasi penelitian, metode apa yang digunakan, dan apa tujuan dilaksanakannya penelitian. Dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel, maka penelitian menggunakan

variabel independen dan variabel dependen, yang dimana variabel bebas kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) sedangkan variabel yang terikat keputusan pembelian (Y).

3.2 Lokasi Dan Waktu

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian ini adalah CV. Duta Dharma prabumulih yang terletak di Gunung Ibul, Kecamatan Prabumulih Timur, Kota Prabumulih, Sumatera Selatan.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini akan dilaksanakan dari 1 April 2025 sampai dengan 31 Mei 2025 hingga data yang diperlukan sudah lengkap untuk digunakan oleh penulis dalam penelitian ini.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan. 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. Populasi dalam penelitian ini semua konsumen CV. Duta Dharma cabang ke 3(tiga) Prabumulih pada periode 1 April 2025 sampai 31 Mei 2025 yang berjumlah 60 konsumen.

**Tabel 3.1 Jumlah Konsumen Yang Melakukan Pembelian
Pada CV. Duta Dharma Prabumulih
Pada Periode 1 April Sampai 31 Mei 2025**

Tahun	Bulan	Konsumen
2025	April	28
2025	Mei	32
	Jumlah	60

Sumber: data diolah tahun 2025

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel haruslah dapat memberikan gambaran yang benar dari populasi Menurut Sugiyono (2022:81), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. 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. Hal ini sejalan dengan pendapat yang diungkapkan Amini & Wirman (2021) yang menyatakan bahwa teknik pengambilan sampel jenuh yakni mengambil sampel dari seluruh populasinya dijadikan sampel semua tanpa mengurangi populasi. Dengan populas yang berjumlah 60 konsumen CV. Duta Dharma cabang Padat karya Kota Prabumulih, maka penulis juga menggunakan sebanyak 60 konsumen CV. Duta

Dharma cabang Padat karya Kota Prabumulih tersebut sebagai sampel pada penelitian ini.

3.4 Jenis data dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Dalam mendukung penelitian ini maka peneliti menggunakan jenis data sebagai berikut:

1) Data Kuantitati

Menurut Sugiyono (2022:13), “data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan data konkrit, 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”.

3.4.2 Sumber Data

Dalam mencari informasi, dua jenis data diperlukan dalam penelitian ini, yaitu data yang diperoleh langsung (sumber primer) dan Data yang diperoleh tidak langsung (sumber sekunder).

1. Data Primer

Menurut Umar (dalam Rukmana, dkk 2019:79) data primer ialah data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai objek penelitian.

Sumber data primer dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder bisa didapatkan dari buku-buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan.

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.5.1 Definisi Operasional

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. dalam penelitian ini menggunakan dua variabel bebas (*independen variabel*) yaitu variabel Kualitas produk dan variabel harga, serta variabel terikat (*dependen variabel*) yaitu variabel keputusan pembelian.

3.5.2 Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (*Independen Variabel*)

1) Kualitas produk (X_1)

Menurut Kotler dan Keller (dalam Milano, dkk 2021:16) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan ketahanan, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

2) Harga (X_2)

Menurut Tjiptono (dalam Vanny, dkk 2022:146-147) mengemukakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya..

2. Variabel Terikat (*Dependen Variabel*)

Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Tjiptono (dalam Vanny, dkk 2022:143) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala
Kualitas Produk	Menurut Kotler dan Keller (dalam Milano, dkk 2021:16) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan ketahanan, reliabilitas,	1. <i>Performance</i> (kinerja).	1-2	L I K E R
		2. <i>Features</i> (fitur atau ciri-ciri tambahan).	3-4	
		3. <i>Reliability</i> (reliabilitas)	5	
		4. <i>Conformance to Specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi).	6	

	ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.	5. <i>Durability</i> (daya tahan). 6. <i>Esthetic</i> (seestetika). 7. <i>Perceived Quality</i> (kualitas yang dipersepsikan).	7 8-9 10	
Harga	Menurut Tjiptono (dalam Vanny, dkk 2022:146-147) mengemukakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya.	1. Keterjangkauan harga . 2. Kesesuaian harga. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.	1-3 4-6 7-8 9-10	L I K E R
Keputusan Pembelian	Menurut Tjiptono (dalam Vanny, dkk 2022:143) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat	1. Sesuai kebutuhan. 2. Mempunyai manfaat. 3. Ketepatan dalam membeli produk. 4. Pembelian berulang.	1-2 3-4 5-7 8-10	L I K E R

	memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian.			
--	---	--	--	--

3.6 Teknik Pengumpulan Data Dan Analisis Data

Menurut Sugiyono (2022:296) 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 :

3.6.1 Penelitian lapangan

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang didapatkan secara langsung terhadap objek penelitian. Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

1. Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian kepada narasumber atau peneliti mewawancarai secara langsung pemilik/manajer perusahaan mengenai gambaran umum objek penelitian.
2. Observasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati gejala yang sedang diteliti setelah masalah yang bisa dihubungkan dengan teknik pengumpulan data yang lain.

3. Kuesioner (Angket), peneliti memberikan kuesioner berupa pernyataan yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk dapat mengisi kuesioner tersebut.

3.6.2 Penelitian Kepustakaan

Penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu data yang di peroleh dari pihak lain secara tidak langsung yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan.

1. Jurnal-jurnal atau penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini serta dianggap relevan.
2. Buku-buku referensi yang menyangkut penelitian ini.
3. Internet, pengumpulan data yang dilakukan untuk mencari informasi yang berhubungan dengan penelitian yang dipublikasikan melalui internet.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian menurut Sugiyono (2022:102) adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Berikut ini adalah uji instrumen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini :

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (dalam Rukmana, 2019:79) validaitas merupakan item yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Ghozali (dalam), suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran ini menggunakan alat program komputer berupa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dengan teknik korelasi *pearson product momen* atau teknik

analisis korelasi yang terjadi antara dua variabel atau diterima. Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pernyataan tidak valid.

Standar ukuran uji validasi yaitu:

1. < 0.30 data tidak valid
2. > 0.30 data valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (dalam Muhammad Rukmana 2019:79) reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka dan biasanya jika koefisien semakin tinggi, maka reliabilitas atau konsistensi dari jawaban responden akan semakin tinggi. Pada penelitian ini uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan apabila nilai *Cronbach's Alpha* berada diatas $> 0,6$ dapat dinyatakan reliabilitas.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Santoso (dalam Muhammad Rukmana 2019:80) uji normalitas ialah berfungsi untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data yang dianalisis. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymptotic Significance*) pada program SPSS, dengan pengujian ini apabila signifikansi probabilitas $> 0,05$, disimpulkan data terdistribusikan normal, apanila nilai probabilitas $< 0,05$, disimpulkan data tersebut tidak terdistribusikan dengan normal.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (dalam Rukmana, 2019:80) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Varian yang berbeda ini di sebut heteroskedastisitas. Jika nilai signifikasinya $> 0,05$ maka dapat dikatakan tidak heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (dalam Rukmana, 2019:80) uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Besaran nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* yakni "apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Juga apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 disimpulkan terjadi multikolinearitas.

3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Arna, dkk (2022:883) analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel prediktir terhadap variabel independen, sehingga dapat memuat prediksi yang tepat. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Keputusan pembelian

X₁ = Variabel Kualitas produk

X₂ = variabel Harga

a = Konstanta (nilai tetap)

b = Koefisien regresi

e = Tingkat Kesalahan (*Standard Error*)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Persial (Uji T)

Menurut Gujarati (dalam Rukmana, 2019:81) uji t digunakan untuk menguji pengaruh satuan tiap-tiap variabel bebas terhadap variabel terikat atau pengujian ini dilakukan sebagai menguji tingkat signifikan di setiap variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Uji persial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara persial untuk mengetahui signifikan secara persial atau masing-masing variabel terikat terhadap variabel tidak terikat. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika $t - \text{hitung} > t - \text{tabel}$ atau jika $\text{signifikansi} < 0,05 = (\alpha)$, maka terdapat pengaruh antar variabel dependen terhadap variabel independen atau H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Jika $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$ atau jika $\text{signifikansi} < 0,05 = (\alpha)$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen atau H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Gujarati (dalam Rukmana. M 2019:81) uji f digunakan sebagai pengukur *goodness of fit* (kebaikan yang cocok) dari persamaan regresi atau untuk mengetahui jika semua variabel bebas yang terdapat dalam persamaan secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat. Metode ini dilakukan dengan cara

menyamakan angka F hitung dengan F tabel pada tingkat kepercayaan atau signifikan sebesar 5% atau 0,05.

Formulasi hipotesis :

H_0 : ada pengaruh yang signifikan.

H_a : tidak ada pengaruh yang signifikan.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika F hitung $>$ F tabel atau jika nilai signifikan $F < 0,05 (a)$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Jika F hitung $<$ F tabel atau jika nilai signifikan $F > 0,05 (a)$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang sering digunakan pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan bila nilai koefisien determinasi semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai determinasi adalah antar nol dan satu koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat CV. Duta Dharma

Duta Dharma adalah usaha percetakan digital dan printing, yang didirikan pertama kali pada tahun 1998. Usaha ini di pimpin langsung oleh Bapak Dharma Putra, tentunya dengan banyak mendapat dukungan dari keluarga dan berkat kerja sama dengan beberapa teman. Usaha ini dapat dikatakan memang beranjak dari Nol. Tahun-tahun pertama semua dikerjakan secara manual, misalnya membuat Kop surat masih di sablon dengan tangan.

Seiring dengan berjalannya waktu usaha ini berkembang dan terus berkembang. Sampai pada tahun 2002, Duta Dharma sudah membeli sebuah mesin seperti mesin cetak 1 warna merek TOKO 820L. Mesin tersebut hanya untuk mencetak kertas ukuran polio, dan tinta satu warna. Memasuki tahun 2003 Duta Dharma menjadi sebuah CV. Untuk menambah modal usaha sekaligus memperluas tempat usaha, maka pada tahun 2004 CV. Duta Dharma dengan bantuan bank BRI merubah bangunan yang ada (semi permanen) menjadi jenis ruko 2,5 lantai.

Perkembangan teknologi terus berjalan seiring waktu, memasuki era printing 2012 sedikit demi sedikit mesin- mulai bisa di beli. Dan pada tahun 2014

CV. Duta darma ditingkatkan menjadi PT. Duta dharma. Pada tahun 2015 PT. Duta Dharma berhasil membuka cabang percetakan di Kabupaten Pali.

Di tahun 2023 PT. Duta Dharma mengalami perubahan karena sesuatu dan lain hal divakumkn, dan berganti nama menjadi CV. Duta Dharma.

Jauh setelah itu CV. Duta Dharma semakin berkembang dan meningkat sehingga pada tahun 2019 usaha ini berhasil membuka cabang ketiganya yang berada di daerah Padat Karya atau lebih tepatnya di Gunung Ibul Kecamatan Prabumulih Timur Kota Prabumulih.

4.1.2 Visi dan Misi CV. Duta Dharma

Adapun visi dan misi dari CV. Duta Dharma adalah sebagai berikut:

1. Visi:

Menjadikan perusahaan digital printing profesional, selalu berkembang dan selalu berrinovasi dalam berproduksi, akan menghasilkan produk yang memiliki nilai tambahan baru, yang dapat memberikan manfaat lebih, serta mampu membuka lapangan pekerjaan.

2. Misi:

- 1.) Membangun usaha digital ptinting yang mampu memberikan pelayanan dan kepuasan untuk pelanggan;
- 2.) Menciptakan sebuah inovasi demi terciptanya nilai tambah dalam sebuah produk yang dapat menguntungkan dan menciptakan peluang usaha baru;

- 3.) Lapangan pekerjaan yang profesional dengan situasi kerja yang produktif.

4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik. Karakteristik-karakteristik penelitian ini terdiri dari:

4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden di CV. Duta Dharma sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No	Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Persentase
1.	Laki-Laki	33	55%
2.	Perempuan	27	45%
Jumlah		60	100%

Sumber: data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.1 jenis kelamin responden dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuesioner yang disebarkan ditemukan bahwa responden laki-laki lebih dominan dibandingkan dengan perempuan dengan hasil pengolahan data bahwa responden laki-laki 33 orang dengan tingkat persentase 55% dan responden perempuan 27 orang dengan tingkat persentase 45%.

4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden di CV. Duta Dharma sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Berdasarkan Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
<20	13	21,7%
21-30	19	31,7%
31-40	9	15%
41-50	11	18,3%
>50	8	13,3%
Jumlah	60	100%

Sumber: data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.2 diatas diketahui bahwa responden yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 60 orang. Dengan karakteristik usia <20 tahun berjumlah 13 orang (21,7%), usia 22-30 tahun berjumlah 19 orang (31,7%), usia 31-40 tahun berjumlah 9 orang (25%), usia 41-50 tahun berjumlah 11 orang (18,3%), usia >50 tahun berjumlah 8 orang (13,3%). Berdasarkan pada karakteristik usia responden lebih banyak konsumen yang berusia 21-30 tahun, karena digunakan untuk pengenalan usaha yang dibangun seperti usaha konter, kuliner, dan foto copy/ print.

4.2.3 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden di CV. Duta Dharma sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar	18	30%
Wiraswasta	21	35%
PNS	18	30%
Ibu Rumah Tangga	3	5%
Jumlah	60	100%

Sumber: data diolah tahun 2025

Dari tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa responden yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 60 Orang. Dengan karakteristik pekerjaan sebagai pelajar sebanyak 18 orang (30%), wiraswasta sebanyak 21 orang (35%), PNS sebanyak 18 orang (30%), ibu rumah tangga sebanyak 3 orang (5%). Berdasarkan karakteristik pekerjaan responden yang lebih banyak yaitu responden yang bekerja sebagai wiraswasta karena kebutuhan properti kelengkapan usahanya.

4.3 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan kepada responden maka penulis akan menganalisis kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) serta keputusan pembelian (Y) yang dilihat dari hasil pengisian kuesioner. Dalam hal ini kriteria untuk memberikan skor setiap jawaban adalah sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Menurut Sugiyono (2020) analisis ini dilakukan dengan menggunakan nilai indeks yaitu dengan menentukan nilai besarnya kelas yakni sebagai berikut:

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

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan kepada responden. Statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang baik tentang bagaimana

reaksi responden terhadap pernyataan setiap variabel kuesioner. Variabel-variabel dalam penelitian ini meliputi variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih.

4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1)

Adapun tanggapan responden mengenai kualitas produk pada CV. Duta Dharma sebagai berikut:

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1)

Sumber: data diolah tahun 2025

Kualitas Produk	Frekuensi										Jumlah		X ₁
	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
Pernyataan 1	20	100	33	132	7	21	0	0	0	0	60	253	4.21
Pernyataan 2	29	145	26	104	5	15	0	0	0	0	60	264	4.4
Pernyataan 3	23	115	32	128	5	15	0	0	0	0	60	258	4.3
Pernyataan 4	19	95	30	120	10	30	1	2	0	0	60	247	4.11
Pernyataan 5	26	130	29	116	4	12	1	2	0	0	60	260	4.33
Pernyataan 6	22	110	29	116	9	27	0	0	0	0	60	253	4.21
Pernyataan 7	21	105	29	116	9	27	1	2	0	0	60	250	4.16
Pernyataan 8	25	125	27	108	8	24	0	0	0	0	60	257	4.28
Pernyataan 9	22	110	37	148	0	0	1	2	0	0	60	260	4.33
Pernyataan 10	23	115	31	124	6	18	0	0	0	0	60	257	4.28
Total Nilai Rata-Rata													4.26

Berdasarkan data pada tabel 4.4 diatas bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel (X_1) kualitas produk adalah sebesar 4.26 hal ini menunjukkan

bahwa kualitas produk sangat tinggi terhadap variabel (Y) keputusan pembelian di CV. Duta Dharma.

4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Harga (X_2)

Adapun tanggapan responden mengenai harga pada CV. Duta Dharma sebagai berikut:

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Mengenai Harga (X_2)

Sumber: data diolah tahun 2025

Harga	Frekuensi										Jumlah		X ₂
	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
Pernyataan 1	23	115	24	96	13	39	0	0	0	0	60	250	4.16
Pernyataan 2	26	130	25	100	9	27	0	0	0	0	60	257	4.28
Pernyataan 3	21	105	28	112	11	33	0	0	0	0	60	250	4.16
Pernyataan 4	18	90	39	156	3	9	0	0	0	0	60	255	4.25
Pernyataan 5	24	120	31	124	5	15	0	0	0	0	60	259	4.31
Pernyataan 6	27	135	23	92	10	30	0	0	0	0	60	257	4.28
Pernyataan 7	21	105	35	140	4	12	0	0	0	0	60	257	4.28
Pernyataan 8	21	105	28	112	11	33	0	0	0	0	60	250	4.16
Pernyataan 9	23	115	24	96	13	39	0	0	0	0	60	250	4.16
Pernyataan10	23	115	26	104	11	33	0	0	0	0	60	252	4.2
Total Nilai Rata-Rata													4.22

Berdasarkan data pada tabel 4.5 diatas bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel (X_2) harga adalah sebesar 4,22 hal ini menunjukkan bahwa harga sangat tinggi terhadap variabel (Y) keputusan pembelian di CV. Duta Dharma.

4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)

Adapun tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada CV.

Duta Dharma sebagai berikut:

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian	Frekuensi										Jumlah		Ȳ
	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
Pernyataan 1	22	110	26	104	12	36	0	0	0	0	60	250	4.16
Pernyataan 2	24	120	27	108	9	27	0	0	0	0	60	255	4.25
Pernyataan 3	18	90	29	116	13	39	0	0	0	0	60	245	4.08
Pernyataan 4	20	100	37	148	3	9	0	0	0	0	60	257	4.28
Pernyataan 5	26	130	31	124	3	9	0	0	0	0	60	263	4.38
Pernyataan 6	28	140	22	88	10	30	0	0	0	0	60	258	4.3
Pernyataan 7	21	105	32	128	7	21	0	0	0	0	60	254	4.23
Pernyataan 8	19	95	26	104	14	42	1	2	0	0	60	243	4,05
Pernyataan 9	20	100	26	104	14	42	0	0	0	0	60	246	4,1
Pernyataan 10	20	100	29	116	10	30	1	2	0	0	60	248	4.13
Total Nilai Rata-Rata													4,19

Sumber: data diolah tahun 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.6 diatas nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel (Y) keputusan pembelian adalah sebesar 4,19 dan nilai tersebut tergolong cukup tinggi.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui bahwa instrumen penelitian ini merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya maka diperlukan pengujian data yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas.

4.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (dalam Rukmana, 2019:79) validaitas merupakan item yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X101	37.2000	16.197	.664	.862
X102	37.1333	16.389	.592	.867
X103	37.0167	17.644	.527	.872
X104	37.1000	15.176	.629	.866
X105	37.0333	16.473	.589	.867
X106	37.0167	15.881	.738	.856
X107	37.1167	16.071	.711	.858
X108	37.0667	15.521	.717	.857
X109	37.0167	17.271	.444	.878
X110	36.8000	17.620	.450	.876

Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai untuk masing masing pernyataan variabel kualitas produk (X_1) semuanya dinyatakan valid hal ini dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.254) dan dapat di lakukan ke penelitian selanjutnya.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Harga

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X201	37.9500	12.184	.310	.693
X202	38.0833	11.400	.398	.678
X203	37.9000	12.058	.290	.697
X204	38.1000	11.481	.451	.670
X205	38.0000	11.661	.349	.687
X206	37.9833	11.915	.292	.697
X207	38.0667	11.792	.344	.687
X208	38.1167	11.325	.411	.676
X209	37.7833	11.495	.483	.666
X210	37.8167	12.017	.339	.688

Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai untuk masing masing pernyataan variabel harga (X_2) semuanya dinyatakan valid hal ini dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.254) dan dapat di lakukan ke penelitian selanjutnya.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	37.3833	14.444	.282	.718
Y02	37.5833	14.281	.283	.718
Y03	37.4667	13.779	.367	.705
Y04	37.6500	13.757	.417	.698
Y05	37.3333	14.260	.292	.717
Y06	37.5000	13.441	.425	.696
Y07	37.4833	13.542	.384	.703
Y08	37.4833	12.491	.683	.655
Y09	37.5000	13.949	.346	.708
Y10	37.4667	13.541	.379	.703

Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai untuk masing masing pernyataan variabel keputusan pembelian (Y) semuanya dinyatakan valid hal ini dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.254) dan dapat di lakukan ke penelitian selanjutnya.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan suatu variabel dikatakan reliabel/konsisten apabila nilai *cronbac'h alpha* $> 0,60$.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas (X₁)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	10

Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berdasarkan pada tabel 4.10 diatas hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel dimana *cronbach's alpha* pada tabel ialah 0.868.

Tabel 4.11
Hasil Uji Realibilitas (X₂)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	10

Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berdasarkan pada tabel 4.10 diatas hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel dimana *cronbach's alpha* pada tabel ialah 0.771.

Tabel 4.12
Hasil Uji Realibilitas (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	10

Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berdasarkan pada tabel 4.10 diatas hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel dimana *cronbach's alpha* pada tabel ialah 0.774.

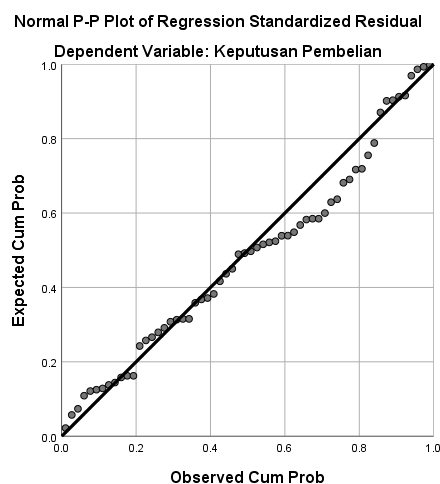
4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji ini penting dilakukan karena untuk membantu keakuratan hasil penelitian yang didapatkan nantinya. Data yang berdistribusi normal dikatakan valid dalam uji statistik. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan program SPSS versi 26 yang menggunakan teknik analisis PP-PLOT Grafik.

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas



Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa sebuah distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, dan data dinyatakan berdistribusi normal jika membentuk garis kurva yang cenderung simetris terhadap mean atau nilai rata-rata. Data dinyatakan berkontribusi normal jika sebaran data membentuk titik-titik yang mendekati garis diagonal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.939	1.064
	Harga	.939	1.064

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

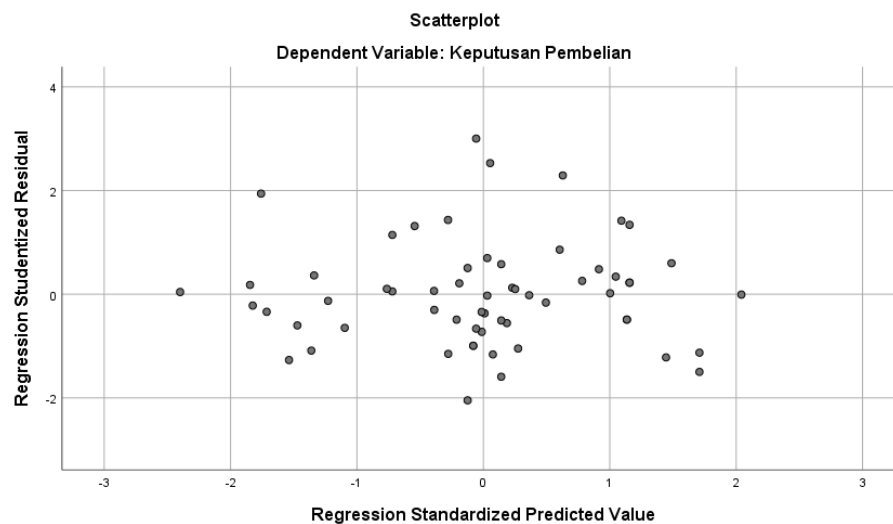
Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat nilai tolerance dan VIF menunjukkn bahwa pada variabel tidak terjadi multikolinieritas dimana:

1. Jika $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* $< 0,10$ maka terjadi multikolinieritas.
2. Jika $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berdasarkan pada gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan y, serta tidak membentuk pola tertentu.

4.6 Uji Regresi Linear Berganda

Uji linear berganda digunakan untuk menggambarkan garis yang menunjukkan arah hubungan antar variabel, serta digunakan untuk melakukan prediksi, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

b_1 = Nilai Koefisien Regresi Kualitas Produk

b_2 = Nilai Koefisien Regresi Harga

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

e = Standar Error

berdasarkan analisis diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.880	4.652		1.264	.211		
	Kualitas Produk	.522	.083	.585	6.294	.000	.939	1.064
	Harga	.327	.094	.322	3.463	.001	.939	1.064

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas yang diperoleh dari hasil uji regresi maka estimasi fungsi regresi yang diperoleh adalah:

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

$$Y = 5.880 + 0.522X_1 + 0,327X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta $\alpha = 5.880$ dengan tanda positif yang merupakan nilai konstanta dimana diartikan bahwa jika variabel-variabel independen yaitu kualitas produk dan harga diasumsikan dengan nilai konstanta, maka variabel dependen yaitu keputusan pembelian akan sama sebesar 5.880

2. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0.522 artinya untuk setiap kenaikan 1 skor variabel kualitas produk (X_1) akan menaikkan skor keputusan pembelian (Y) sebesar 0.522 dengan syarat variabel X_2 (harga) tetap.
3. Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0.327 artinya untuk setiap kenaikan 1 skor variabel harga (X_2) akan menaikkan skor keputusan pembelian (Y) sebesar 0.327 dengan syarat variabel X_1 (kualitas produk) tetap.

Dari hasil koefisien regresi berganda yang telah dijelaskan pada uraian diatas selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial dan simultan.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji T (Parsial)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel indeviden terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujian yang dilakukan yaitu:

1. Jika nilai $\text{sig} < 0.05$ atau jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y.
2. Jika nilai $\text{sig} > 0.05$ atau jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y.
3. Rumus T tabel adalah $t(\alpha: n-k) = t(0.05: 60-2) = 0.05: 58 = 2.001$

Tabel 4.15

Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
				Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.880	4.652		1.264	.211		
	Kualitas Produk	.522	.083	.585	6.294	.000	.939	1.064
	Harga	.327	.094	.322	3.463	.001	.939	1.064

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Berikut uraian penjelasa hasil uji t untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk, hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel X_1 memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6.294 dan t_{tabel} 2.001 hal tersebut dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6.294 > 2.001$), yang artinya hipotesis pertama diterima dan hal ini diperkuat dengan nilai signifikan ($0.000 < 0.05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh harga, hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel X_2 memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3.463 dan t_{tabel} 2.001 hal tersebut dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3.463 > 2.001$), yang artinya hipotesis kedua diterima dan hal ini diperkuat dengan nilai signifikan ($0.001 < 0.05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.7.2 Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama – sama atau simultan, hasil dari pengujian pengaruh simultan (Uji f).

1. jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> (0.05)$ maka tidak terjadi pengaruh independen terhadap variabel dependen

2. dan sebaliknya apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< (0.05)$ maka terjadi pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen
3. berdasarkan hasil penelitian ditetapkan $DF = k-n-1$ ($60-2-1 = 57$) dan tingkat taraf signifikansi 5% (0.05) maka nilai f tabel sebesar 4.01 di tunjukan pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	515.874	2	257.937	33.180	.000 ^b
	Residual	443.109	57	7.774		
	Total	958.983	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa secara simultan variabel independen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai $F_{hitung} 33.180 > F_{tabel} 4,01$ dengan nilai positif dan nilai signifikansi (sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga Hipotesis ketiga pada penelitian ini di terima.

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square*.

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.538	.522	2.788

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah tahun 2025(SPSS 26)

Dari output model *summary* didapatkan tabel determinasi di atas yang memberikan *Adjusted R Square* sebesar 0,522. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 0.522 atau 52.2% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 47.8% merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian misalnya promosi, lokasi dan lainnya.

4.8 Pembahasan Dan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji dari hipotesis, maka dalam pembahasan ini diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pembelian produk pada CV.

Duta Dharma.

Hipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa kualitas produk (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) berdasarkan hasil penelitian koefisien regresi X_1 (kualitas produk) sebesar 0.522 satuan artinya apabila variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan pembelian akan

meningkat sebesar 0,522 satuan. Variabel kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh secara parsial dengan variabel keputusan pembelian (Y) dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6.294 > 2.001$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0.05$. Artinya dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) produk CV. Duta Dharma.

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.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma.

Hipotesis kedua (H_2) bahwa harga (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) berdasarkan hasil penelitian koefisien regresi X_2 (harga) sebesar 0.327 satuan artinya apabila variabel fasilitas mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.327 satuan. Variabel fasilitas (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $3.463 > 2.001$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 > 0.05$. Artinya dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk CV. Duta Dharma.

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.

3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma.

Berdasarkan hasil uji f kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh secara simultan $f_{hitung} > f_{tabel}$ hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $33.180 > 4,01$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Artinya dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk pada CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih.

Berdasarkan uji determinasi bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 0.522 atau 52.2% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 47.8% merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

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. 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

Adapun kesimpulan dari penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma cabang padat karya kota prabumulih, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu Variabel kualitas produk (X_1) memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma. Hal ini terlihat dari hasil Uji t (Uji Parsial) yang menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh tingkat pendidikan sebesar 0,000 maka nilai signifikan dari kompensasi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan berdasarkan nilai kualitas produk memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $6.294 > t_{tabel} 2.001$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan kualitas produk juga memberikan dampak terhadap keputusan pembelian. Variabel harga (X_2) juga memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma. Hal ini terlihat dari hasil Uji t (Uji Parsial) yang menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh tingkat pendidikan sebesar 0.001 maka nilai signifikan dari kompensasi lebih kecil dari 0.05 ($0,000 < 0.05$) dan berdasarkan nilai harga memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3.463 > t_{tabel} 2.001$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan harga memberikan dampak terhadap keputusan pembelian. Dan dari hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.538, yang berarti tingkat hubungan antara variabel bebas (kualitas harga dan produk) dengan variabel

terikat (keputusan pembelian) sangat berdampak besar. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga sebesar 53.8% sedangkan sisanya 46.2% yang diterangkan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Setelah penulis melakukan penelitian dan pengamatan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih, maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran dengan harapan dapat menjadi acuan dalam mewujudkan suatu tingkat pembelian yang lebih baik lagi, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk dan harga sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga sebaiknya kualitas produk dan harga harus di pertahankan. 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 CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih.



DAFTAR PUSTAKA

- Ade Irawan. I (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah manajemen*, 7(1), 17-32.
- Amalia. N (2019) Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96-104.
- Arna. B., dkk (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103-116.
- Asnawi. R., dkk (2019) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah Di Trasmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 18-24.
- Boimau. H., & L. Juita (2021) Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike. *Journal Of Management*, 14(2), 169-187.
- Dwi. T., & Nurlindah.R (2024) Pengaruh Kualitas Produk, Lifestyle, Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(2), 275-295.
- F. Jordi., dkk (2022) Pengaruh Citra Merek, Kelompok Acuan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indihome Di PT. Telkom Tomohon. *Jurnal EMBA*, 10(1), 879-890.
- Lystia. C., dkk (2022) Determinasi Keputusan pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 392-403.
- Maruwu. M (2023) Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Method*). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.
- Milano. A., dkk (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko Florensia Kota Sawahlunto. *JM*, 3(1), 13-24.
- Pratiwi. A., dkk (2019) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 mart Cikaret. *Jurnal Kajian ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150-160.

- Rukmana. M., dkk (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Convenience Goods* Pada Konsumen Swalayan Kud Pakis. *Jurnal Riset Manajemen*, 73-89.
- Sinambela. P (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2022). Metodologi Penelitian: kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Taris. H., & Artanti. Y (2023) Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Konsumen Jasa Cetak Di Surabaya. *Journal Of Economic and Business innovation*, 72-86.
- Vanny. G., dkk (2022) Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 140-154.



Lampiran 1: kuesioner

KUISIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA
CV. DUTA DHARMA PRABUMULIH

Petunjuk pengisian kuesioner

Silahkan berikan penilaian anda pada pernyataan yang ada dengan nilai sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Kualitas produk (X1)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bahan yang digunakan dalam pembuatan produk di CV. Duta Dharma berkualitas dan aman.					
2.	Bahan yang digunakan CV. Duta Dharma kuat dan tahan lam					
3.	Banyaknya pilihan desain pada produk CV. Duta Dharma.					
4.	Desain yang digunakan CV. Duta Dharma selalu menarik dan unik.					
5.	Harga produk di CV. Duta Dharma sesuai dengan kualitas produk					
6.	Produk yang diberikan CV. Duta Dharma sesuai dengan pesanan.					

7.	Produk yang di buat CV. Duta Dharma tidak mudah rusak dan tahan lama.					
8.	Produk yang diberikan oleh CV. Duta Dharma dalam keadaan rapi dan tidak rusak saat sampai ke tangan konsumen.					
9.	Beberapa hasil produk yang dibuat oleh CV. Duta Dharma bisa didapatkan konsumen dihari yang sama pada saat memesan produk.					
10.	Produk bisa diganti apabila terjadi kesalahan pemesanan di CV. Duta Dharma.					

Harga (X2)

NO.	Penyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga produk yang saya beli di CV. Duta Dharma sebanding dengan pendapatan saya.					
2.	Saya sering membeli produk di CV. Duta Dharma karena harganya sangat terjangkau.					
3.	Jika tidak ada promosi atau diskon produk CV. Duta Dharma, harga tetap terjangkau untuk saya.					
4.	Harga produk CV. Duta Dharma sesuai dengan kualitas produk yang saya terima.					
5.	Saya merasa puas dengan harga yang di bayarkan untuk produk CV. Duta Dharma.					
6.	Saya akan terus membeli produk CV. Duta Dharma karena harganya sesuai kebutuhan.					
7.	Harga produk CV. Duta Dharma lebih kompetitif dibandingkan dengan produk pesaing.					
8.	Jika harga berubah, saya akan tetap memilih produk CV. Duta Dharma dibandingkan pesaing dengan harga serupa.					
9.	Harga yang di bayarkan untuk produk CV. Duta Dharma sepadan dengan manfaat yang saya terima.					

10.	Manfaat dari produk CV. Duta Dharma memberikan kepuasan sesuai dengan harga yang saya bayarkan.					
-----	---	--	--	--	--	--

Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membeli produk CV. Duta Dharma karena kebutuhan.					
2.	CV. Duta Dharma memenuhi produk yang saya inginkan sehingga dapat memuaskan kebutuhan.					
3.	Produk CV. Duta Dharma sangat bermanfaat secara fungsional.					
4.	Saya merasa produk CV. Duta Dharma membantu menghemat biaya pengeluaran.					
5.	Produk yang saya pesan di CV. Duta Dharma tepat sesuai harapan.					
6.	Saya merasa puas dengan produk di CV. Duta Dharma.					
7.	Saya yakin telah membuat keputusan yang tepat dengan membeli produk CV. Duta Dharma.					
8.	Kualitas produk dari CV. Duta Dharma membuat saya ingin melakukan pembelian berulang.					
9.	Saya merasa puas dengan pengalaman membeli produk CV. Duta Dharma yang mendorong untuk bertransaksi kembali.					
10.	Saya berniat untuk membeli produk dari CV. Duta Dharma lagi dimasa yang akan mendatang.					

Lampiran 2: Tabulasi Data Responden

Tabulasi kualitas produk

N O	KUALITAS PRODUK (X1)										TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	43
4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	45
5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	46
6	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
7	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
8	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
9	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	33
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	36
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	43
14	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	39
15	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	36
18	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
19	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44
20	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	41
21	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	43
22	4	5	3	3	5	3	4	4	5	5	41
23	5	4	5	5	2	3	3	3	2	3	35
24	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	42
25	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	33
26	4	3	4	3	4	3	4	4	5	3	37
27	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	41
28	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	45
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	3	4	4	3	3	3	3	3	4	5	35
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	4	3	2	4	4	5	5	5	3	39
34	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
35	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	3	3	4	3	5	4	3	4	4	4	37
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45

41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	43
43	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	43
44	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
45	4	5	4	4	3	5	4	5	5	4	43
46	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
47	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	43
48	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
49	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	43
50	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	36
51	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
52	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	44
59	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	42
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Tabulasi harga

NO .	HARGA (X2)										TOTAL
	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	X2.1 0	
1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	39
2	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	44
3	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	43
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44
6	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
7	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	45
8	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
9	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
10	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
11	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	37
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
13	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	42
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
15	3	5	4	4	5	5	4	5	4	3	42
16	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	46
18	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
19	3	4	4	4	3	5	4	5	3	5	40
20	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	43

21	3	5	4	4	4	4	4	5	3	5	41
22	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	40
23	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	39
24	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	44
25	4	3	3	3	5	3	4	4	4	3	36
26	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	39
27	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
28	3	3	5	3	4	3	4	3	3	4	35
29	3	3	5	4	4	3	4	3	4	4	37
30	3	4	5	4	4	4	5	3	5	4	41
31	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
32	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	46
33	5	3	3	4	4	5	3	3	3	3	36
34	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	44
35	5	4	4	4	3	3	3	5	4	4	39
36	5	4	4	4	5	3	5	5	4	5	44
37	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	36
38	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
39	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
40	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	36
41	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	43
42	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	45
43	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40
44	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	43
45	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	42
46	5	3	4	5	4	4	4	4	5	5	43
47	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	44
48	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	41
49	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	43
50	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	39
51	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
52	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	39
53	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	46
54	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	46
55	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
60	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47

Tabulasi keputusan pembelian

NO ·	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)										TOTAL
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1.1 0	
1	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	43
2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	45
6	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
7	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
8	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
9	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	37
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
11	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	42
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
13	3	5	4	4	5	5	4	5	4	3	42
14	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	46
16	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
17	3	4	4	4	3	5	4	5	3	5	40
18	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	43
19	3	5	4	4	4	4	4	5	3	5	41
20	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	40
21	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	39
22	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	44
23	4	3	3	3	5	3	4	4	4	3	36
24	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	39
25	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
26	3	3	5	3	4	3	4	3	3	4	35
27	3	3	5	4	4	3	4	3	4	4	37
28	3	4	5	4	4	4	5	3	5	4	41
29	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
30	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	46
31	5	3	3	4	4	5	3	3	3	3	36
32	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	44
33	5	4	4	4	3	3	3	5	4	4	39
34	5	4	4	4	5	3	5	5	4	5	44
35	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	36
36	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
37	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
38	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	36
39	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	43
40	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	45
41	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40
42	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	43
43	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	42

	Sig. (2-tailed)	.018	.036	.000	.000	.001	.229	.000	.001		.002	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y10	Pearson Correlation	.051	.064	.326*	.153	.075	.110	.355*	.276*	.398*	1	.502**
	Sig. (2-tailed)	.698	.625	.011	.245	.569	.403	.005	.033	.002		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL	Pearson Correlation	.478*	.545*	.561*	.661*	.506*	.482*	.703*	.580*	.772*	.502*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

Hasil Uji Reliabilitas

1. Kualitas produk (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	10

2. Harga (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	10

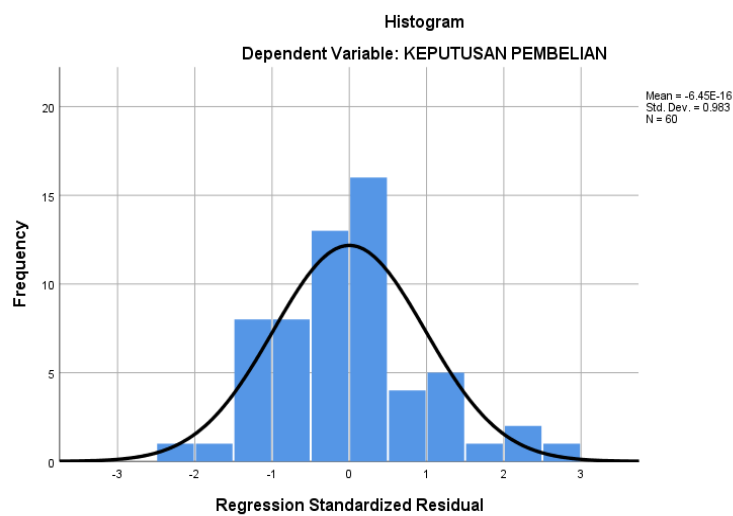
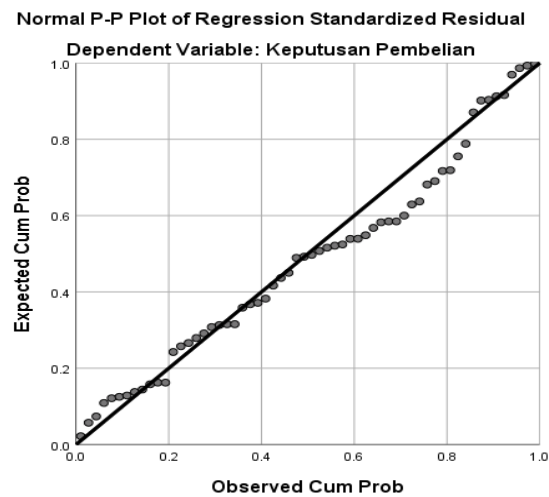
3. Keputusan pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	10

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



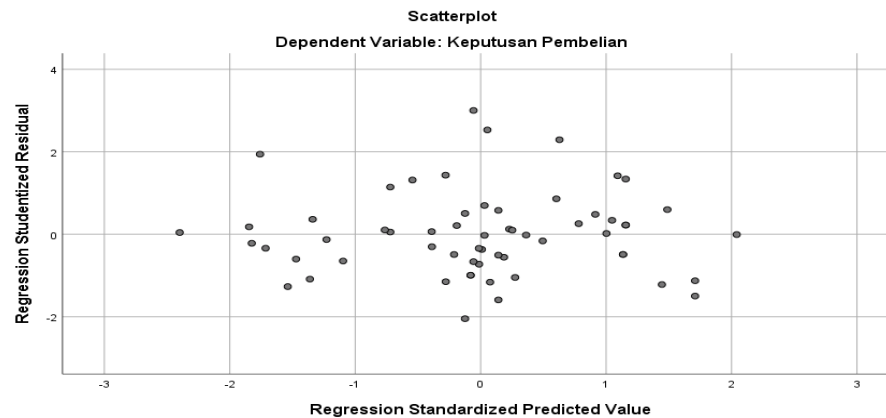
2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.939	1.064
	Harga	.939	1.064

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.880	4.652		1.264	.211		
Kualitas Produk	.522	.083	.585	6.294	.000	.939	1.064
Harga	.327	.094	.322	3.463	.001	.939	1.064

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.880	4.652		1.264	.211		
Kualitas Produk	.522	.083	.585	6.294	.000	.939	1.064
Harga	.327	.094	.322	3.463	.001	.939	1.064

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	515.874	2	257.937	33.180	.000 ^b
	Residual	443.109	57	7.774		
	Total	958.983	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.538	.522	2.788

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 4: Kartu Bimbingan



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : RAHMONA MEISYA DWI ARSY
 NIM : 2021110081
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV DUTA DHARMA CABANG
 PADAT KARYA KOTA PRABUMULIH
 DOSEN PEMBIMBING I : AMANDIN, S.Pt., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
17/10/2024	BAB I	Masalah ← 3 Variabel		
25/11/2024	PBAB I	perubahan Judul Setorai Masalah		
29/10/2024	PBAB I	Acc		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Prabumulih

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

Dosen Pembimbing I



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 : RAHMONA MEISYA DWI ARSY
 NIM : 2021110081
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV DUTA DHARMA CABANG
 PADAT KARYA KOTA PRABUMULIH
 DOSEN PEMBIMBING I : AMANDIN, S.Pt., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
09/12/2024	BAB II	Indikator — kuesioner Referensi — Daftar pustaka Indikator diakhir bab		
10/12/2024	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 : RAHMONA MEISYA DWI ARSY
 NIM : 2021110081
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV DUTA DHARMA CABANG
 PADAT KARYA KOTA PRABUMULIH
 DOSEN PEMBIMBING I : AMANDIN, S.Pt., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
17/2024 12	BAB III	Populasi dan sampel, uji Validitas. uji reliabilitas, Regresi. Uji t, Uji f		
7/2025 01	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 : RAHMONA MEISYA DWI ARSY
 NIM : 2021110081
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV DUTA DHARMA CABANG
 PADAT KARYA KOTA PRABUMULIH
 DOSEN PEMBIMBING I : AMANDIN, S.Pt., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
20/05/2025	bab IV	Tamprakan hasil output dari spss		
22/05/2025	bab IV	ACC		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Prabumulih

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

Dosen Pembimbing I

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 : RAHMONA MEISYA DWI ARSY
 NIM : 2021110081
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV DUTA DHARMA CABANG
 PADAT KARYA KOTA PRABUMULIH
 DOSEN PEMBIMBING I : AMANDIN, S.Pt., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
04/2025. 06	Bab V	Perbaikan Saran Disalah dulu dan bisa diulangi	AB	
	Bab V	ACE	AB	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Prabumulih

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

Dosen Pembimbing I


 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 : Rahmanon Meisya Dni Arsy
 NIM : 2021110081
 JUDUL SKRIPSI : Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma prabumulih.
 DOSEN PEMBIMBING II : Jumadi Walajro, S.E., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
17-10-24	BAB I	Teknik pemvka -		
24-10-24	BAB I	Relevansi Ketersediaan Variabel		
25-10-24	BAB I	Buat pemvka - pemvka -		
	BAB I	Tahun. Sumber referensi		
	BAB I	ACC. lampirke pemvka I.		

Mengetahui,
 Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
 Universitas Prabumulih

AJABAR, S.I.P., 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 : RAHMONA MEISYA DWI ARSY
 NIM : 2021110081
 JUDUL SKRIPSI : "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA CV. DUTA DHARMA
PRABUMULIH"
 DOSEN PEMBIMBING II : JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
05/12/2021	BAB II	Perbaiki sesuai saran pembimbing I		
06/12/2021	BAB II	Perbaiki sesuai saran		
	BAB II	ACC. lanjut ke penulisan ICsare		

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 : RAHMONA MEISYA DWI ARSY
NIM : 2021110081
JUDUL SKRIPSI : "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA CV. DUTA DHARMA
PRABUMULIH"
DOSEN PEMBIMBING II : JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
13/12/2024	BAB III	Perbaiki typo. pengelikan. (Forum dan para. unt-Pata kaum), kreditor produk. (daftar produk. di lengkapi sesuai. isi di BAB proposal.		
17/12 ²⁴	BAB III	Perbaiki penulisan. penyusunan buku. /jurnal sesuai pedoman penulisan. skripsi		
18/12 ²⁰²⁴	BAB III	ACC. (campus ke penulisan 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 : RAHMONA MEISYA DWI ARSY
 NIM : 2021110081
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV DUTA DHARMA CABANG
 PADAT KARYA KOTA PRABUMULIH
 DOSEN PEMBIMBING II : JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
23/2023 08	Revisi IV	- Perbaiki Tampilan paragraf - Tambahkan bibli dan jurnal.		
28/2023 05	Revisi IV	- di perbaiki sesuai saran Pembimbing. - Lengkapi skripsi.		
09/2023 06	Revisi IV	ACC		

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 : RAHMONA MEISYA DWI ARSY
 NIM : 2021110081
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV DUTA DHARMA CABANG
 PADAT KARYA KOTA PRABUMULIH
 DOSEN PEMBIMBING II : JUMADI WALAJRO, S.E., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
23/03/2021	Rahmona	- dasar pengambilan judul diambil dari Analisis.		
28/03/2021	Rahmona	- Lengkapi skripsi		
04/04/2021	Rahmona	ACC Lengkapi keprosedur		

Mengetahui,
 Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
 Universitas Prabumulih

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

Dosen Pembimbing II

JUMADI WALAJRO, S.E., M.M
 NIDN. 0222111702.....

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



DUTA DHARMA PADAT KARYA

JL. PADAT KARYA GUNUNG IBUL KEC. PRABUMULIH TIMUR, KOTA PRABUMULIH KODE POS 31113
Tlp : 0812-7887-6766 Email : dutadharmapadatkarya@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Perihal : Surat Balasan Permohonan
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 atas nama Rahmona Meisya Dwi Arsy dengan judul " Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk pada CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih “.

Kami sampaikan Beberapa hal :

1. Pada dasarnya kami tidak keberatan, maka kami dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.
2. Izin melakukan penelitian diberikan untuk keperluan akademik.
3. Waktu pengambilan data harus dilakukan di waktu hari kerja.

Demikian Surat balasan dari kami, atas perhatian kami ucapkan terima kasih

Prabumulih, 09 Juni 2025
Duta Dharma Cabang
Padat Karya
Hormat Kami,

Anjel Charissa

Lampiran 6: Dokumentasi



Lampiran 7 : Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Rahmona Meisya Dwiarsy adalah nama penulis skripsi ini. Lahir pada tanggal 08 Mei 2002, di Kota Pangkal Pinang, Provinsi Bangka Belitung. Penulis merupakan anak kedua dari 3 bersaudara, dari pasangan Alm. Bapak Triesman Chalim dan Ibu Neliyana. Penulis pertama sekali masuk pendidikan di SD Negeri 63 Kota Prabumulih pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2014, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 7 Kota Prabumulih dan lulus pada tahun 2017. Setelah lulus dari SMP Negeri 7 Kota Prabumulih, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 4 Kota Prabumulih dengan jurusan IPA dan lulus pada tahun 2020. 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 Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih”**.