

**PENGARUH KUALITAS BARANG DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
VEI BABY KIDS MANNA BENGKULU SELATAN**



SKRIPSI

OLEH :

MARISA AYU NINGTIAS

NPM : 20040044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DEHASEN
BENGKULU
2024**

**PENGARUH KUALITAS BARANG DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
VEI BABY KIDS MANNA BENGKULU SELATAN**



SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu

OLEH :

MARISA AYU NINGTIAS

NPM : 20040044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DEHASEN
BENGKULU
2024**

**PENGARUH KUALITAS BARANG DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
VEI BABY KIDS MANNA BENGKULU SELATAN**

SKRIPSI

OLEH :

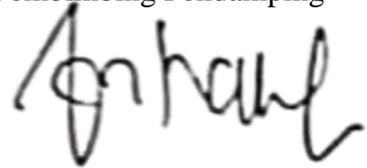
MARISA AYU NINGTIAS
NPM : 20040044

Menyetujui :

Pembimbing Utama,


NERI SUSANTI, S.E., M.SI
NIDN. 0210017401

Pembimbing Pendamping


SRI HANDAYANI, S.E., M.M
NIDN. 0227017101

Bengkulu, 25 Mei 2024

Mengetahui,
Ketua Prgram Studi Manajemen
Fakultas Ekonmi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu


Dr. E. AHMAD SOLEH, S.E., M.Si
NIDN. 0201128101

**PENGARUH KUALITAS BARANG DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
VEI BABY KIDS MANNA BENGKULU SELATAN**

SKRIPSI

Oleh :

MARISA AYU NINGTIAS
NPM : 20040044

*Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 25 Mei 2024
Dan Dinyatakan LULUS*

DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama,



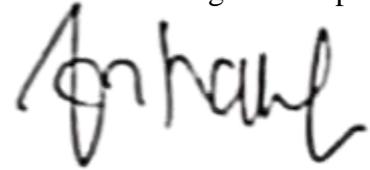
NERI SUSANTI, S.E., M.SI
NIDN. 0210017401

Anggota,



YUN FITRIANO, S.E., M.Ak
NIDN. NIDN. 0229068501

Pembimbing Pendamping



SRI HANDAYANI, S.E., M.M
NIDN. 0227017101

Anggota,



DENIS RYANTO T.S.E., M.M
NIDN. 0209017101

Bengkulu, 25 Mei 2024

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Dehasen Bengkulu



Dr. SUWARNI, S. Kom., M.M
NIDN. 0211047001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- ❖ **kesuksesan bukan akhir dan kegagalan juga bukan hal fatal. Hal tersebut merupakan keberanian untuk melakukan sesuatu yang penting.**

(Winston Churchill)

- ❖ **Sukses berjalan dari satu kegagalan ke kegagalan yang lain, tanpa kita kehilangan semangat.**

(Abraham Lincoln)

PERSEMBAHAN

- ❖ ***Untuk kedua orang tuaku bapakku (Muhamad Muin) dan Ibu ku (Evi Mahdayuni) yang selalu memberi semangat kepadaku dalam menggampai cita-cita***
- ❖ ***Saudara-saudaraku yang mendukungku dengan segala apa yang kalian punya***
- ❖ ***Rekan seperjuanganku Universitas Dehasen Bengkulu***
- ❖ ***Almamaterku***

Arsip Abstract Untuk Program Studi, dikeluarkan dan diterjemahkan
oleh: Tim Penerjemah UPT Bahasa Inggris UNIVERSITAS DEHASEN
BENKULU

**THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF GOODS AND PRICES ON
PURCHASING DECISIONS AT VEI BABY KIDS MANNA STORE OF
SOUTH BENKULU**

By:

Marisa Ayu Ningtias¹⁾
Neri Susanti and Sri Handayani²⁾

ABSTRACT

*In the clothing business world, especially clothing for baby equipment, a shop must be more active in marketing and improving the quality of goods. This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions at Vei Baby Kids Manna Store of South Bengkulu. The analysis method in this study uses Validity test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Determinant Coefficient, and hypothesis testing using *t* test and *f* test with the number of samples studied 67 buyers of goods at Vei Baby Kids Manna Store. From the results of calculations using SPSS 24, we can find out that the quality of goods and prices have a significant effect on purchasing decisions. In this case, the significance value of variable $X < 0.05$, which is 0.000. The result of the multiple linear regression analysis is the equation $Y = 9.319 + 0.371 X_1 + 0.423 X_2$, this illustrates the positive direction of regression, meaning that the variable quality of goods (X_1) and price (X_2) has a positive influence on purchasing decisions (Y) at the Vei Baby Kids Manna store of South Bengkulu. The magnitude of the coefficient of determination from the calculation results using SPSS can be seen that the coefficient of determination of *R* square is 0.686. This means that the variable value of Product Quality (X_1) and Price (X_2) affects the purchasing decision variable (Y) by 68.6% while the remaining 31.4% is influenced by other variables.*

Keywords: Product Quality, Price and Purchase Decision.

1) Student (Management)

2) Supervisors

Arsip Abstract Untuk Program Studi, dikeluarkan dan
diterjemahkan oleh: Tim Penerjemah UPT Bahasa
Inggris UNIVERSITAS DEHASEN BENKULU

June 9, 2024



PENGARUH KUALITAS BARANG DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO VEI BABY KIDS MANNA BENGKULU SELATAN

Oleh :

Marisa Ayu Ningtias¹⁾
Neri Susanti dan Sri Handayani²⁾

RINGKASAN

Dalam dunia bisnis pakaian, khususnya pakaian untuk kelengkapan bayi, sebuah toko harus lebih aktif dalam memasarkan dan meningkatkan kualitas barang. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Kualitas barang dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Kofesien Determensi, dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f dengan Jumlah sampel yang diteliti 67 pembeli barang di Toko Vei Baby Kids Manna.

Dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS 24 dapat kita ketahui bahwa kualitas barang dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini nilai signifikansi variabel $X < 0,05$ yaitu sebesar 0,000. Hasil Analisis regresi linear berganda tersebut adalah Persamaan $Y = 9,319 + 0,371 X_1 + 0,423 X_2$ hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya variabel kualitas Barang (X_1) dan Harga(X_2) terdapat pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan. Besarnya nilai koefisien determinasi dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari *R square* sebesar 0,686. Hal ini berarti bahwa nilai Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) sebesar 68,6% sedangkan sisanya 31,4 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan pembelian

- 1) Calon Sarjana Ekonomi (Manajemen)
- 2) Dosen Pembimbing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Barang dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan” ini dengan baik.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak memberi bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini, kepada :

1. Ibu Dr. Suwarni, S.Kom.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Bapak Dr. E. Ahmad Soleh, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Ibu Neri Susanti.S.E.,M.Si, Selaku Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
4. Ibu Sri Handayani, SE. M.M, selaku Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
5. Pimpinan Vei Babi Kids Manna Bengkulu Selatan yang telah memberikan dukungan moril maupun spiritual sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu.

7. Rekan-rekan Mahasiswa dan semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat bermanfaat untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga Skripsi dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Bengkulu, 2024

Penulis,



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS BARANG DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
VEI BABY KIDS MANNA BENGKULU SELATAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : **MARISA AYU NINGTIAS**
No. Mahasiswa : 20040044
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi oleh Universitas Dehasen Bengkulu. atau dengan kata lain, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila skripsi saya terbukti ketidakeasliannya, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Dehasen Bengkulu.
3. Apabila kelak di kemudian hari, setelah saya lulus dari fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu ditemukan bukti yang menyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Dehasen Bengkulu.

Bengkulu, 25 Mei 2024

Yang Menyatakan



MARISA AYU NINGTIAS

NPM : 20040044

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL LENGKAP	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACK	vi
RINGKASAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Kualitas Barang	6
2.1.1 Pengertian Harga.....	9
2.1.2 Keputusan Pembelian	12
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Analisis.....	19
2.4 Hipotesis	19

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Definisi Operasional Variabel	21
3.3 Metode Pengambilan Sampel	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5 Metode Analisis	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil	33
4.2 Pembahasan	49
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Analisis.....	19
Gambar 2 Struktur Organisasi Toko Vei Baby Kids	34

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Jumlah Populasi	22
Tabel 2 Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 3 Karakteristik berdasarkan Jenis kelamin	39
Tabel 4 Karakteristik berdasarkan Jenis umur	40
Tabel 5 Karakteristik berdasarkan Masa Kerja	41
Tabel 6 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 7 Hasil uji reliabilitas	43
Tabel 8 Hasil uji Autokolerasi	45
Tabel 9 Hasil uji multikolerasi	46
Tabel 10 Hasil uji Regresi linear berganda	48
Tabel 11 Hasil uji Determinasi	49
Tabel 12 Hasil Uji Partial (T)	50
Tabel 13 Hasil uji simultan (F)	51
Tabel 14 Tabel hasil pembahasan	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Saat ini konsumen lebih memilih produk yang berharga murah namun memiliki kualitas yang baik.

Dalam dunia bisnis pakaian, khususnya pakaian untuk kelengkapan bayi, sebuah toko harus lebih aktif dalam memasarkan dan meningkatkan kualitas barang. Menurut Wijaya (2018:9) mengartikan bahwa kualitas barang dan jasa adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap barang dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan atau atribut-atribut tertentu.

Harga (*price*) menurut Kotler dan Armstrong, 2016:62 adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan. Menurut Kotler (2011:439) harga yaitu sejumlah uang yang dibemotorkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Keputusan pembelian merupakan rangkaian proses yang dialami konsumen untuk mengambil keputusan membeli suatu produk. Jelas kiranya bahwa para pemasar sangat mementingkan upaya untuk membuat konsumen lebih mudah memilih produk yang mereka inginkan sehingga membantu melancarkan pembelian. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh dua faktor yaitu kualitas produk dan promosi yang ditawarkan perusahaan.

Selanjutnya Kotler dan Keller (2012:227) menambahkan bahwa, proses keputusan pembelian adalah proses lima tahap yang dilewati konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif yang dapat memecahkan masalahnya, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian yang sesungguhnya dilakukan oleh konsumen dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

Seperti halnya pelaku bisnis pakaian anak atau baby kids yang berada di kabupaten Bengkulu Selatan. Toko Vei Baby Kids merupakan toko yang berbasis offline dan online yang menjual berbagai macam pakaian dan kelengkapan anak-anak di bawah umur. Toko ini ada beberapa kendala yang dihadapi dalam menarik minat konsumen dalam berbelanja diantaranya kualitas barang yang jarang diperbaharui dan harga jual barang yang masih tergolong tinggi bagi masyarakat. Dalam hal ini, barang yang ditawarkan kualitasnya memang bagus tetapi pemilik toko kurang mengikuti tren atau gaya sesuai dengan kemajuan zaman. Sehingga barang yang dipasarkan kepada masyarakat tidak sesuai dengan harga dipasaran.

Berdasarkan hal yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Barang dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan Selatan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian di Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu selatan?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu selatan?
3. bagaimana kualitas barang dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini setelah melihat rumusan masalah diatas adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian di Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu selatan
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu selatan
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas barang dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

1. Bagi Universitas Dehasen

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan masukan dalam mempelajari analisis strategi pemasaran dan sebagai bahan pelajaran bagi Akademi khususnya mahasiswa dalam melengkapi referensinya.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat menambah pustaka dalam ilmu ekonomi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh kualitas brang dan harga terhadap keputusan pembelian dan dapat juga dikembangkan dengan variabel- variabel yang lain.

3. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, bahan masukan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan selanjutnya tentang apakah pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian di Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu selatan

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah lebih terarah maka penulis memberikan batasan pada penelitian ini. Penelitian ini difokuskan kepada Pengaruh Kualitas barang dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan.

Untuk kita memfokuskan pembahasan dan kejelasan data yang akan dibahas agar sistematis dan tidak menyimpang, maka pembahasan ini perlu dibatasi menggunakan indicator- indicator sesuai dengan variabelnya :

1. Indikator kualitas produk adalah kinerja, daya tahan, fitur, kesesuaian dengan spesifikasi, realibility, estetika, kesan kualitas dan kecepatan serta kemudahan reparasi. Kotller 2013;149
2. Indikator harga adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat, daya saing, kesesuaian harga dengan produk. (Kotller dan Armstrong 2013:314)
3. Indikator keputusan pembelian yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan tempat penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Kualitas Barang/ produk

Menurut Kotler (2013:3) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, digunakan, dibeli ataupun dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan ataupun kebutuhan yang diharapkan pemakainya. Ketika konsumen membeli sebuah produk, maka ia memiliki harapan bagaimana produk tersebut berfungsi (*product moment*). Kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten.

Menurut Lupiyoadi (2015:150) kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. Menurut Prasetijo (2013:143) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Sangadji (2013:143) kualitas adalah jaminan terbaik kami atas loyalitas konsumen, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan. Menurut Laksana (2010:55), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan menurut Peter (2011:33), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Menurut Lupiyoadi (2015:175) kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan harga (*Reliability*), ketahanan (*Durability*), dan kinerja (*Performance*) terhadap bentuk fisik dan citra produk. Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Menurut Kotler (2013:146), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Indikator kualitas produk menurut Kotler (2013:149) adalah:

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. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak 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), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak

mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

8. *Serviceability*, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

2.1.2. Harga

Strategi spesifik yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga barang dan jasa, bertolak dari strategi pemasaran yang diformulasikan untuk mencapai tujuan perusahaan. Para produsen menggunakan harga barang yang diproduksi dan dijual untuk menarik konsumen dari segala segmen. Para produsen juga menentukan harga untuk menarik konsumen pada segmen kecil dari sebuah pasar yang besar.

Sudaryono (2016:216) mengartikan, “harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu”. Setiyaningrum (2015:128) mendefinisikan bahwa harga adalah sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Dari pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga merupakan suatu elemen yang menentukan pangsa pasar.

Selain itu harga adalah salah satu faktor penting bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh

konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan maupun keinginannya.

Sedangkan menurut Buchory dan Saladin (2010:159) mengemukakan pengertian harga adalah komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan yang lainnya menghasilkan pendapatan.

Menurut Irawan Suteja (2012:46) harga merupakan faktor yang utama dalam setiap penjualan suatu barang atau jasa tertentu. Harga jual suatu barang atau jasa ditentukan oleh ongkos produksi yang dikeluarkan ditambah dengan prosentase keuntungan yang diinginkan. Seperti yang dinyatakan oleh hukum atau teori permintaan *ceteris paribus*, jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan mengalami penurunan dan jika harga suatu barang turun, maka jumlah barang yang diminta akan mengalami kenaikan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:314) menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Di bawah ini penjelasan empat ukuran harga, yaitu:

1. Keterjangkauan Harga.

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu

merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para. konsumen banyak yang membeli produk.

2. Daya Saing Harga.

Konsumen sering memmotordingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimtorngkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

3. Kesesuaian Harga dengan Produk.

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat.

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang

2.1.3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2011:21).

Selanjutnya Kotler dan Keller (2012:227) menambahkan bahwa, proses keputusan pembelian adalah proses lima tahap yang dilewati konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative yang dapat memecahkan masalahnya, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian yang sesungguhnya dilakukan oleh konsumen dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian menurut Philip Kotler (2013:214) dipengaruhi oleh empat faktor sebagai berikut :

a. Faktor Budaya

Budaya, sub budaya, dan kelas sosial merupakan hal yang sangat penting dalam terbentuknya perilaku pembelian. Budaya merupakan salah satu factor penentu keinginan dan perilaku konsumen yang paling dasar.

b. Faktor Sosial

- 1) Kelompok acuan Kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang berpengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
- 2) Keluarga Keluarga dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu keluarga orientas yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang yang dapat memberikan orientasi agama, politik, dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri, dan cinta. Selanjutnya itu ada keluarga prokreasi yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak.

c. Pribadi

- 1) Usia dan siklus hidup keluarga Orang membeli barang dan jasa tentunya mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda sepanjang hidupnya dimana kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh faktor usia dan siklus hidup keluarga.
- 2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi Pekerjaan dan lingkungan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi kebutuhannya. Biasanya pemilihan produk juga dipertimbangkan berdasarkan keadaan ekonomi seseorang seperti besarnya penghasilan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung.

- 3) Gaya hidup Gaya hidup dapat diartikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui kelas sosial dan pekerjaan. Melihat hal ini sebagai peluang dalam kegiatan pemasaran, banyak pemasar atau produsen yang mengarahkan merek mereka pada gaya hidup seseorang.
- 4) Kepribadian Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia yang berbeda yang menghasilkan tanggapan relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Hal ini disebabkan karena beberapa kalangan konsumen akan memilih merek yang cocok dengan kepribadiaannya.
- 5) Psikologis Faktor psikologis ini dipengaruhi oleh empat faktor utama diantaranya motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa meliputi 6 indikator, menurut Kotler dan Keller (2016:183) menjelaskan sebagai berikut:

1. Pemilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini, perusahaan harus memusatkan perhatiannya

kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif mereka pertimmotorgkan.

2. Pemilihan Merek

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaannya tersendiri. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

3. Pemilihan Tempat Penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain.

4. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dan dua minggu sekali, tiga minggu sekali atau sebulan sekali.

5. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini, perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk

sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

6. Metode Pembayaran

Pembeli dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan barang dan jasa, dalam hal ini juga keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

2.2 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian ini dilakukan oleh Fasihatul, 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bisnis Islam Universitas Negeri Raden Intan Lampung dengan judul "*Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam*". Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan Sosial Media Marketing mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil bahwa sosial media marketing terhadap keputusan pembelian adalah 63,2%, sedangkan sisanya sebesar 36,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan menurut perspektif islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata untuk mencapai kepuasan sejati yang utuh dan kompherensif yaitu kepuasan dunia dan akhirat.

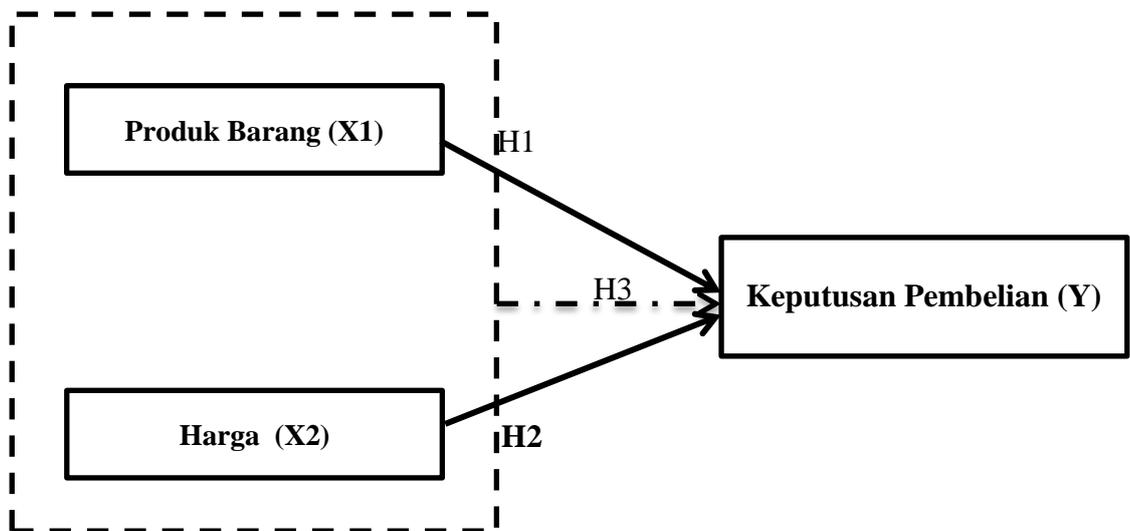
2. Penelitian ini dilakukan oleh Nia, 2019. Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bisnis Islam Institut Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, dengan judul *“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Media sosial instragram Secara Offline Pada Toko RR Stuff Di Bengkulu”*. Metode yang digunakan adalah yaitu penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap media sosial instragram, ditunjukkan dengan nilai koefisien t hitung media sosial instragram dengan T table sebesar $(4.298 > 0,05)$. Dan besarnya pengaruh diperoleh dari nilai koefisien determinasi 0,631 sama dengan 63,1% nilai tersebut menunjukkan bahwa media sosial instragram dipengaruhi oleh media sosial instagram sedangkan sisanya dipengaruhi oleh factor lain.
3. Penelitian ini dilakukan oleh Indrajaya, (2023) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Dehasen Bengkulu dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Dettol Di Mini Market El-Jhon Sawah Lebar”*. Salah satu pemasaran yang dapat dilakukan oleh pemilik bisnis yaitu dengan promosi, promosi merupakan sebuah pendekatan dalam pemasaran yang sebesar-besarnya telah dilakukan sejak jaman dulu hingga sekarang oleh bisnisan. Selain itu kualitas produk yang baik juga harus menjadi perhatian dari konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian

Sabun Dettol di Mini Market El-Jhon Sawah Lebar. Sampel dalam penelitian ini 80 orang konsumen yang melakukan pembelian sabun Dettol di Mini Market El-Jhon Sawah Lebar. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi menunjukkan $Y = 9,200 + 0,308X_1 + 0,480 X_2$, hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara X_1 (kualitas produk) dan X_2 (promosi) terhadap keputusan pembelian sabun Dettol (Y). Berarti bahwa apabila variabel kualitas produk dan promosimeningkat maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Besarnya koefisien determinasi sebesar 0,501. Hal ini berarti bahwa X_1 (kualitas produk) dan X_2 (promosi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sabun Dettol di Mini Market El Jhon Sawah Lebar sebesar 50,1% sedangkan sisanya 49,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa secara parsial variabel kualitas produk dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sabun Dettol pada Mini Market El-Jhon Sawah Lebar. Hasil uji F pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa variabel kualitas produk dan promosimemiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian sabun Dettol pada Mini Market El-Jhon Sawah Lebar.

2.3 Kerangka Analisis

Kerangka analisis dalam penelitian ini terdapat pada gambar dibawah ini :

Gambar 1. Kerangka Analisis



Kerangka analisis penelitian ini mempunyai 2 variabel. Dimana Kualitas Barang (variabel X1) dan variabel harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) di toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis tersebut akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan, dimana hipotesis nol atau

tidak berpengaruh dilambangkan dengan H_0 dan hipotesis alternative atau berpengaruh dilambangkan H_a , (Sugiyono, 2012 : 245).

Hipotesis penelitian ini adalah :

- H1 : Kualitas barang (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Vei Baby Kids Manna
- H2 : Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Vei Baby Kids Manna
- H3 : Kualitas barang (X1) dan harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Vei Baby Kids Manna

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel. Semua data merupakan cerminan suatu variabel yang diukur menurut klasifikasinya. Data berperan sebagai masukan yang akan diolah jelas, kemudian dianalisis dan menghasilkan output untuk penentuan rencana lebih lanjut.

Penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi pada sample tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, (Arikunto, 2014 : 8).

3.2 Definisi Operasional

1. Kualitas Produk.

kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Dimana nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan harga (*reliability*), ketahanan (*durability*), dan kinerja (*performance*) terhadap bentuk fisik dan citra produk. oleh Toko Vei Baby Kids Manna Manna Bengkulu Selatan.

2. Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu di Toko Vei Baby Kids Manna Manna Bengkulu Selatan.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Sugiyono (2014 : 80), menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri akan obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Arikunto (2010) mengatakan, sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data atau dapat mewakili seluruh populasi. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah datang dan melakukan pembelian di Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan yaitu sebanyak 200 orang

Tabel 1. Jumlah Populasi

NO	BULAN	JUMLAH PEMBELI
1	Juli 2023	85 Orang
2	Agustus 2023	115 Orang
	Jumlah	200 Orang

Sumber : Penjualan di Toko Vei Baby Kids Manna

Dari tabel diatas bahwa jumlah populasi dalam bulan Juli Agustus tahun 2023 adalah sebanyak 200 orang yang datang berbelanja ke Toko Vei Baby Kids Manna Kabupaten Bengkulu Selatan.

Dikarenakan populasi lebih dari 100 maka peneliti menggunakan rumus Slovin dalam penarikan sampel. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut : $n = \frac{N}{(e)^2 + 1}$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir;

e=0,1 Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Adapun sampel dalam penelitian ini setelah dimasukkan kedalam rumus slovin adalah

$$n = \frac{200}{200(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{200}{3}$$

$$n = 66,6$$

$$n = 67$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diteliti yaitu sebanyak 67 orang responden yang dipilih secara acak. dalam hal ini kuesioner akan dibagikan kepada responden sebanyak 67 kuesioner kepada pembeli barang di Toko Vei Baby Kids Manna.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini alat pengumpulan data dilakukan dengan cara yaitu:

a. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2012:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner ini diberi skor 1-5 dengan skala likert. Skor 1-5 digunakan peneliti karena lebih sederhana dan memiliki nilai tengah yang digunakan untuk menjelaskan keraguan atau netral dalam pemilihan jawaban. Untuk analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut :

Tabel. 2 Penilaian dengan Menggunakan Skala Likert

NO	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber Sugiyono (2012:199)

b. Dokumentasi

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan dokumen- dokumen perusahaan yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan bersifat tertutup dan secara langsung karena responden tinggal memilih jawaban yang sudah

disediakan dan menjawab tentang dirinya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diberikan pada konsumen yang telah membeli barang di Toko Toko Vei Baby Kids Manna.

3.5 Metode Analisis

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016: 121) hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang di teliti.

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson*. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah:

- a. jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel tersebut valid
- b. jika r_{hitung} negatif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0 sampai 1.

Menurut Triton, jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai Alpha Cronbach's 0,00 s.d. 0,20 berarti kurang reliabel
- b. Nilai Alpha Cronbach's 0,21 s.d. 0,40 berarti agak reliabel
- c. Nilai Alpha Cronbach's 0,41 s.d. 0,60 berarti cukup reliabel
- d. Nilai Alpha Cronbach's 0,61 s.d. 0,80 berarti reliabel
- e. Nilai Alpha Cronbach's 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel

Menurut Nugroho, reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach's > dari 0,60.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016:275) regresi digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda menurut sugiyono (2016:151) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = kualitas Produk

X₂ = harga

a = nilai konstanta

$e = \text{error}$

$b_1, b_2 = \text{koefisien regresi}$

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang digunakan untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Duwi Priyatno (2012:144) Uji normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.” Untuk mengetahui bentuk distribusi data, bisa dilakukan dengan grafik distribusi dan analisis statistik. Pengujian dengan distribusi dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara dua observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi atau residual normal, maka garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Uji normalitas dengan grafik dapat dilakukan dengan program SPSS dengan analisis grafik *Normal Probability Plot*.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya maupun nilai periode sesudahnya. Menurut Duwi Priyatno (2012:172) Autokorelasi adalah keadaan di mana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode tertentu t dengan residual pada periode sebelumnya $(t-1)$, model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW-test).” Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW) menurut Danang Sunyoto (2013:98) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW dibawah -2 atau $DW < -2$
2. Tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$
3. Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas 2 atau $DW > 2$.

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Duwi Priyatno (2012:151) Multikolinieritas adalah keadaan di mana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.” Uji

multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Jika terdapat korelasi yang kuat dimana sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah: - Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir - Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga. Dengan demikian, semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar yang dapat mengakibatkan standar error semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan melihat besarnya nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika VIF dibawah 10 dan *Tolerance Value* diatas 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Gejala *variance* yang tidak sama ini disebut dengan heteroskedastisitas, sedangkan adanya gejala residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain disebut dengan homokedastisitas. Menurut Duwi Priyatno (2012:158) Heteroskedastisitas adalah Keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi

heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan *uji glejser*, melihat pola titik-titik pada *scatterplots regresi*, atau uji koefisien korelasi *spearman's rho*." Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai variabel terikat (ZSPRED) dengan residualnya (SRESID), dimana sumbu X adalah yang diprediksi dan sumbu Y adalah residual (Danang Sunyoto, 2013:91). Menurut Ghozali (2016), dasar pengambilan keputusan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Koefisien Determinasi

Nilai R Square atau koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Nugroho menyatakan, untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan R Square yang sudah disesuaikan atau tertulis Adjusted R Square, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.

6. Uji Hipotesis

a. Uji-t

Uji t merupakan uji statistik yang sering ditemui dalam masalah-masalah praktik statistika. Uji ini digunakan untuk menguji hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan dengan menggunakan cara pertama adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $\text{sig} < \alpha$ 5% maka H_0 ditolak artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $\text{sig} > \alpha$ 5% maka H_0 diterima artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen.

Kemudian cara kedua adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama. Dapat menggunakan pedoman pertama sebagai berikut:

- 1) Bila $\text{sig.} < \alpha 5\%$ maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistik pada $\alpha 5\%$ terhadap variabel dependen.
- 2) Bila $\text{sig.} > \alpha 5\%$ maka H_0 diterima yang artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada $\alpha 5\%$ terhadap variabel dependen.

Kemudian cara kedua adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistik pada $\alpha 5\%$ terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima yang artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada $\alpha 5\%$ terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL

4.1.1 Gambaran umum Vei Baby Kid Kota Manna Bengkulu Selatan

Vei Baby Kids merupakan suatu perusahaan yang membidangi usaha pakaian dan celana khusus untuk anak-anak. Toko yang menjual pakaian anak ini beralamat jalan Jend. Sudirman Manna Kabupaten Bengkulu Selatan.

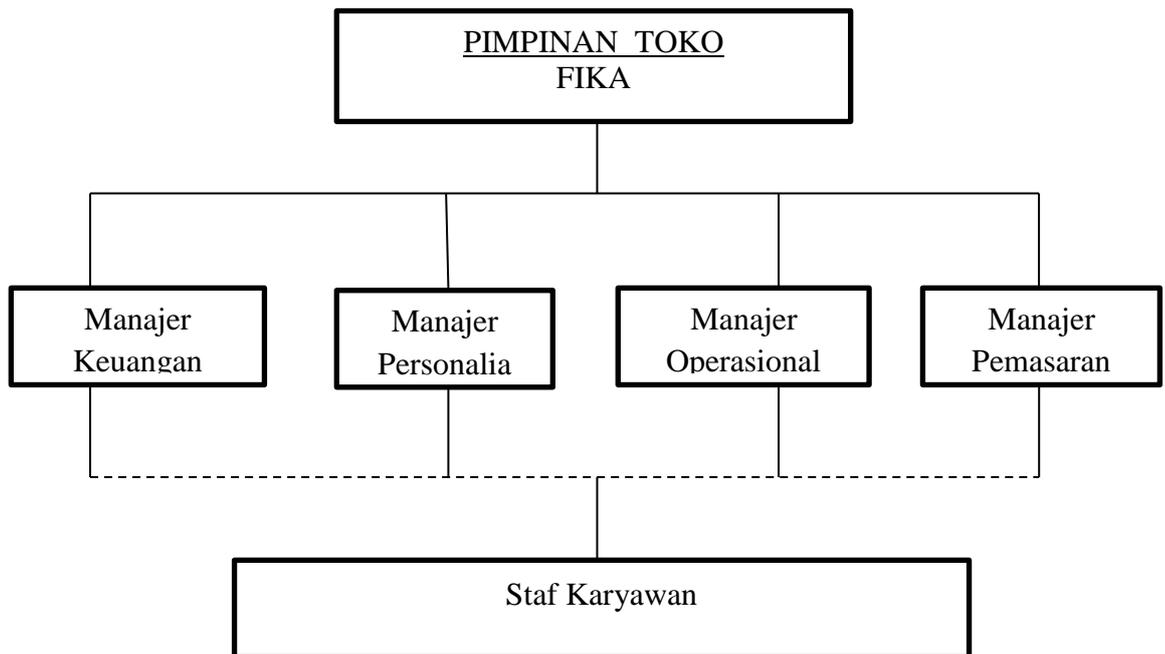
Vei Baby kids ini dipimpin oleh seorang ibu yang bernama Ayu Handayani. Beliau memiliki beberapa karyawan tetap yang setia bekerja demi kelancaran dan kemajuan toko ini. Toko Vei Baby Kids berdiri sejak tahun 2018. Selama menjalankan usaha pakaian anak ini, ibu Ayu memiliki beberapa tantangan dan hambatan dalam mencapai kesuksesan usahanya ini.

Pakaian anak-anak mulai dari 0 tahun sampai umur 12 tahun dijual di toko Vei baby kids ini. Berbagai macam merek dan model yang ditawarkan untuk menarik peminat pelanggan yang ada di kabupaten Bengkulu selatan.

4.1.2 Struktur Organisasi Vei Baby Kids Kota Manna Bengkulu Selatan

Menurut *Hasibuan(2010:128)*, struktur organisasi adalah suatu gambaran yang menjelaskan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi kedudukan, jenis wewenang pejabat, bidan dan hubungan pekerjaan , garis perintah, tanggung jawab, rentang kendali serta sistem pimpinan organisasi. Adapun Struktur Organisasi Vei Baby Kids Manna Kabupaten Bengkulu Selatan adalah sebagai berikut :

Gambar 2. Struktur Organisasi Vei Baby Kids Manna Kabupaten Bengkulu Selatan



Sumber: toko Vei Baby Kids Manna, 2024

Berdasarkan uraian diatas maka tugas masing – masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan Toko

adalah pemilik sekaligus penanggungjawab dari segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Ia memiliki tanggungjawab dan wewenang untuk mengatur segala hal yang berkaitan dengan jalannya usaha.

2. Manajer Keuangan

adalah orang yang bertanggungjawab atas keuangan perusahaan. Dalam jalannya usaha, manajer keuangan bertugas untuk mengatur segala aktivitas yang berkaitan dengan keuangan, termasuk pelaporan keuangan. Dalam beberapa kasus, manajer keuangan juga dapat ditugaskan untuk mengatur masalah perpajakan.

3. Manajer Personalia

Adalah seseorang yang mengatur sumber daya manusia (staff, karyawan, atau bahkan peserta program magang). Dalam hal ini, manajer personalia juga bertanggungjawab untuk melakukan rekrutmen. Adapun, manajer personalia juga bertugas untuk mengendalikan hubungan antara semua lini agar perusahaan dapat berjalan dengan baik.

4. Manajer Operasional

Adalah seseorang yang memiliki tanggungjawab untuk mengatur segala aktivitas operasional perusahaan. Aktivitas operasional sendiri dapat berbeda-beda sesuai dengan industrinya. Manajer operasional juga

biasanya berhubungan dan membawahi secara langsung staff atau karyawan yang berperan dalam proses operasional harian.

5. Manajer Pemasaran,

bertugas untuk mengatur proses penawaran produk perusahaan baik barang maupun jasa kepada pasar. Peran manajer pemasaran sendiri cukup vital, karena diperlukan pengetahuan dan pengalaman khusus untuk dapat menjalankan peran ini dengan sukses.

4.1.3 Karakteristik Responden Penelitian

Adapun karakteristik responden terhadap formulir kuesioner yang dibagikan peneliti. Maka diketahui karakteristik responden mengenai jenis kelamin, umur, pendidikan dan pekerjaan responden selaku konsumen di Vei Baby Kids kota Manna Bengkulu Selatan. Adapun karakteristik responden dapat dilihat berdasarkan :

a. Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin

Tabel 2. Karakteristik responden menurut jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	54	80,6
2	Laki-laki	13	19,4
Jumlah		67	100

Sumber data : Hasil penelitian, 2024

Dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa jenis kelamin laki-laki lebih sedikit daripada jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 13 orang dengan 19,4% dan 54 orang perempuan dengan persentase 80,6 %.

b. Karakteristik Responden Menurut umur

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa responden yang berbelanja di Vei Baby Kids berdasarkan umur adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Umur

No	Umur (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	15-25	11	16,4
2	26-35	16	23,9
3	36-50	27	40,3
4	50-60	13	19,4
Jumlah		67	100

Sumber. Hasil penelitian 2024

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa responden menurut umur diketahui bahwa jumlah responden tertinggi berada pada responden dengan umur 36-50 tahun yaitu sebesar 40,3% dan yang paling sedikit umur lebih dari 15-25 tahun sebesar 16,4% artinya rata-rata konsumen yang datang dan berbelanja di Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan orang-orang yang mengerti modis serta mempunyai uang lebih untuk berbelanja di Vei Baby Kid.

c. Responden Menurut Pendidikan

Tabel 4. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SMA	24	35,8
2	Diploma	11	16,4
3	Sarjana (S1)	32	47,8
Jumlah		67	100

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Dari tabel pendidikan responden diatas diketahui bahwa rata-rata responden yang berbelanja ke Vei Baby Kids Manna adalah orang-orang yang memiliki pendidikan Sarjana (S1) yaitu sebanyak

32 orang dengan persentase 47,8 %. Mereka merupakan konsumen yang memiliki pendidikan baik yang rata-rata sudah mempunyai pekerjaan dan mau berbelanja di Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan.

4.1.4 Metode Analisis

1. Uji Validitas

Hasil pengujian validitas dari indikator penelitian seperti pada tabel berikut :

Tabel 5. Uji validitas Indikator Penelitian

No	Item Pertanyaan	R- Tabel	R- hitung	Keterangan
Kualitas Barang (X1)				
1	X1.1	0,240	0,716	Valid
2	X1.2	0,240	0,656	Valid
3	X1.3	0,240	0,623	Valid
4	X1.4	0,240	0,637	Valid
5	X1.5	0,240	0,634	Valid
6	X1.6	0,240	0,534	Valid
7	X1.7	0,240	0,596	Valid
8	X1.8	0,240	0,630	Valid
9	X1.9	0,240	0,663	Valid
10	X1.10	0,240	0,662	Valid
Harga (X2)				
1	X2.1	0,240	0,689	Valid
2	X2.2	0,240	0,521	Valid
3	X2.3	0,240	0,804	Valid
4	X2.4	0,240	0,635	Valid
5	X2.5	0,240	0,577	Valid
6	X2.6	0,240	0,580	Valid
7	X2.7	0,240	0,397	Valid
8	X2.8	0,240	0,631	Valid

9	X2.9	0,240	0,742	Valid
10	X2.10	0,240	0,676	Valid
Keputusan Pembelian (Y)				
1	Y1	0,240	0,716	Valid
2	Y2	0,240	0,742	Valid
3	Y3	0,240	0,561	Valid
4	Y4	0,240	0,599	Valid
5	Y5	0,240	0,499	Valid
6	Y6	0,240	0,576	Valid
7	Y7	0,240	0,584	Valid
8	Y8	0,240	0,521	Valid
9	Y9	0,240	0,477	Valid
10	Y10	0,240	0,563	Valid

Sumber : Output SPSS versi 24.0, 2024

Berdasarkan tabel 5 diatas bahwa sebanyak 30 item pernyataan yang diajukan kepada konsumen seluruhnya valid karena nilai r hitung diatas r tabel (0,236). Jadi hanya 30 item pernyataan yang memiliki tingkat kevalidan sesuai yang diharapkan pada penelitian ini, yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ seluruhnya valid. Maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai alat penelitian.

4.1.5 Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono 2018: 168 menjelaskan bahwa Jika suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama pula atau peneliti yang sama dalam waktu yang berbeda juga akan menghasilkan data yang sama pula.

Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien Alpa Crobach lebih besar atau sama

dengan 0,60 (Ghozali,2016:90). Hasil pengujian realibilitas variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 6 berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
1	Kualitas barang	0,757	Realibel
2	Harga	0,755	Realibel
3	Keputusan pembelian	0,744	Realibel

Sumber : Output SPSS versi 24.0,204

Hasil analisis data uji realibel sebagaimana ditunjukkan pada tabel 6 diketahui bahwa variabel X dan variabel Y penelitian lebih besar dari nilai *Alpha Cronbach* yaitu 0,6 yang berarti bahwa seluruh pernyataan penelitian adalah realibel (andal).

4.1.6 Analisis regresi linear berganda

Dalam mempermudah perhitungan regresi linear berganda dari data yang cukup banyak maka dalam penelitian ini diselesaikan dengan bantuan perangkat lunak (*software*) komputer program SPSS 24.0. Hasil pengujian terhadap model regresi berganda terhadap variabel Kualitas barang (X1), harga (X2), dan yang mempengaruhi keputusan pembelian (Y) dilihat dalam tabel 7 berikut:

Tabel 7. Hasil uji Regresi Linear

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.319	2.505		3.720	.000		
	Kualitasbarang	.371	.097	.403	3.820	.000	.442	2.264
	Harga	.423	.092	.483	4.578	.000	.442	2.264

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Penghitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 24.0 pada tabel 7 maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 9,319 + 0,371 X_1 + 0,423 X_2$$

Persamaan dari regresi linear berganda tersebut adalah

1. Nilai konstanta 9,319 artinya bahwa apabila variabel Kualitas barang (X_1) dan variabel harga (X_2) dianggap sama dengan nol (0) maka variabel keputusan pembelian (Y) akan tetap sebesar 9,319
2. Pengaruh Kualitas barang (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)
 Nilai koefisien Kualitas barang (X_1) adalah sebesar 0,371 dengan asumsi apabila x_1 mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka keputusan pembelian (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,371.

3. Pengaruh harga (X_2) terhadap Keputusan pembelian (Y)

Nilai Koefisien regresi variabel harga adalah sebesar 0,423 dengan asumsi apabila harga (X_2) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,423.

4.1.7 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R yang rendah adalah kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berdasarkan uji R^2 yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Hasil uji determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.828 ^a	.686	.676	3.446	1.979

a. Predictors: (Constant), harga, kualitasbarang

b. Dependent Variable: keputusanpembelian

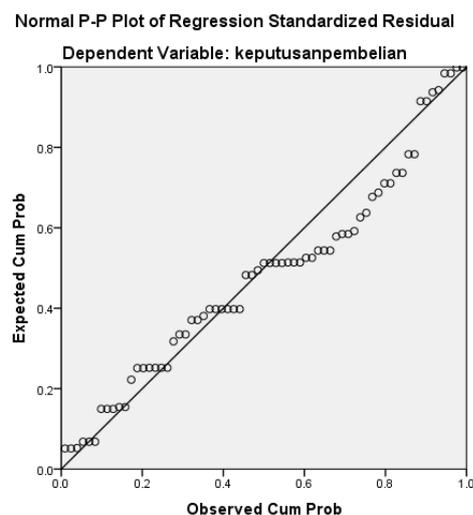
Berdasarkan tabel 8 untuk nilai koefisien determinasi menggunakan model *R Square*. Dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari *R* adalah 0,686. Hal ini berarti bahwa nilai Variabel X berpengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 68,6 % sedangkan sisanya 31,4 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.1.8 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012: 160) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal. Adapun hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS 24.0 adalah sebagai berikut :

Gambar 9. Hasil uji normalitas



Dari gambar 9 diatas hasil uji normal P-P plot diatas dapat kita simpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada setiap variabel mendekati garis diagonal yang artinya seluruh pernyataan tersebut dinyatakan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2012: 105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Adapun hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS 24.0 berikut ini :

Tabel 10. Perhitungan uji multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.319	2.505		3.720	.000		
kualitas barang	.371	.097	.403	3.820	.000	.442	2.264
harga	.423	.092	.483	4.578	.000	.442	2.264

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

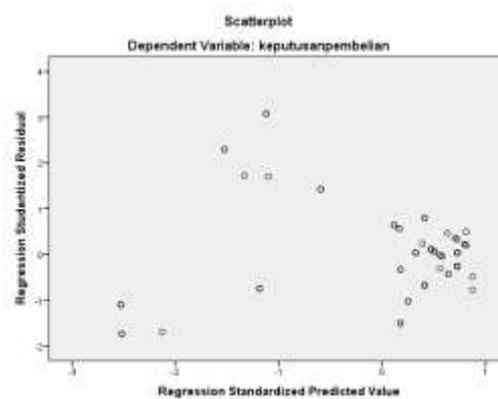
Berdasarkan hasil perhitungan uji multikolinearitas tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai *collinearity statistics* kualitas barang dan harga pada *tolerance* kurang dari 1,00 yaitu kedua variabel tersebut nilainya 0,442 dan VIF pada variabel keduanya kurang dari 10 yaitu 2,264.

Berdasarkan pandangan Ghozali (2013:105) bahwa jika *tolerance* diatas 1,00 dan VIF dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sunyoto (2016:90) menjelaskan uji heteroskedastisitas sebagai berikut: "Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak *varian* dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Adapun hasil perhitungan menggunakan SPSS 24.0 berikut ini :

Gambar 11. Hasil penghitungan uji heteroskedastisitas



Dari gambar penghitungan heteroskedastisitas tersebut menyatakan bahwa *regression studentized residual* tidak membentuk pola baik itu bergelombang, melebar ataupun menyempit. Gambar *scatterplot* tersebut titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Imam Ghozali (2011:111) yang menyatakan tidak ada gejala autokorelasi jika nilai durbin Watson terletak antara du sampai dengan $4-du$. Adapun perhitungan autokorelasi berikut ini :

Tabel 12. Uji autokorelasi
Model Summary^p

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.828 ^a	.686	.676	3.446	1.979

a. Predictors: (Constant), harga, kualitasbarang

b. Dependent Variable: keputusanpembelian

Dari perhitungan tersebut bahwa nilai durbin Watson adalah 1,979 yang mana nilai du dicari pada distribusi nilai tabel durbin Watson berdasarkan k (3) dan N (67) dengan signifikansi 5%. du (1,512) < durbin Watson (1,979) < dl (1,698). Dapat disimpulkan bahwa nilai durbin Watson lebih dari nilai durbin upper (du) dan durbin lower kurang dari nilai durbin watson. Jadi tidak ada terjadi gejala autokorelasi positif.

4.1.9 Hasil Uji F (simultan)

Menurut pardede dan Manurung (2014;28) uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Y). jika variabel bebas memiliki simultan dengan variabel terikatnya. Hal ini dapat dilihat pada tabel 13 berikut :

Tabel 13. Hasil uji f (simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1658.613	2	829.306	69.830	.000 ^b
	Residual	760.074	64	11.876		
	Total	2418.687	66			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), harga, kualitas barang

Dari tabel 13 tersebut diatas bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Karena tingkat signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas barang (X1) dan harga (X2) berpengaruh signifikan dengan keputusan pembelian (Y) pada Vei Baby Kids kota Manna Bengkulu Selatan. Dengan nilai F hitung $> F$ tabel yaitu f hitung sebesar $69,830 > f$ tabel 2,74 (F Tabel terlampir). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas barang dan harga berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian di Vei Baby Kids Manna Bengkulu selatan.

4.1.9 Pengujian Hipotesis secara partial (Uji T)

Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 24.0 dapat dilihat dengan tabel 14.

Tabel 14. Hasil uji Partial (T)

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.319	2.505		3.720	.000		
	Kualitas barang	.371	.097	.403	3.820	.000	.442	2.264
	harga	.423	.092	.483	4.578	.000	.442	2.264

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Dari hasil penghitungan Dengan menggunakan SPSS 24.0 dapat dijelaskan bahwa:

1. Variabel Kualitas barang (X1)

Hasil pengujian untuk variabel Kualitas barang menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya Kualitas barang memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian di Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa T hitung pada kualitas barang lebih besar dari T tabel yaitu $3,820 > 1,996$ (rumus t tabel terlampir). Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas barang berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian.

2. Variabel harga (X2)

Hasil pengujian untuk variabel harga menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi harga lebih kecil dari 0,05 maka

Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan. Dari tabel coefisien diatas t hitung pada variabel harga lebih besar daripada t tabel yaitu t hitung sebesar 4,578 sedangkan t tabel sebesar 1,996. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian di Vei Baby Kids Kota Manna.

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dilihat bahwa Kualitas barang (X_1) dan harga (X_2) memiliki hubungan yang sangat kuat dengan keputusan pembelian di Vei Baby Kids Manna Kabupaten Bengkulu Selatan dengan nilai Berdasarkan analisis dengan menggunakan SPSS 24.0. Hasil pengujian analisis regresi berganda, uji determinasi dan uji hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut

Tabel 16. Hasil analisis regresi linear berganda, uji determinasi dan uji hipotesis.

Variabel	Nilai Koef	Standard Error	R Square	Sig.	Keterangan
Persamaan : $Y = 9,319 + 0,371 X_1 + 0,423 X_2$					
Kualitas barang	0,371	0,097		0,000	Signifikan
Harga	0,423	0,092		0,000	Signifikan
Uji F				0,000	Signifikan
Determinasi (R Square)			0,686		68,6%

1. Pengaruh Kualitas barang Terhadap Keputusan pembelian Vei Baby Kids.

Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2015:48) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang artinya variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas barang (X1) terdapat pengaruh yang signifikansi terhadap keputusan pembelian (Y) pada Vei Baby Kids Manna Bengkulu selatan, karena Hasil pengujian untuk variabel Kualitas barang menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$. maka Kualitas barang memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian di Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan.

T hitung lebih besar daripada t tabel yaitu $3,820 > 1,996$ (t tabel terlampir). Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas barang berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian pada Vei Baby Kids Manna. Berdasarkan uji Partial (uji T) menunjukkan bahwa Kualitas barang berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas melalui keputusan pembelian, meskipun nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh langsungnya.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian

Penelitian menggunakan uji t dan uji f serta regresi linear berganda variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian untuk variabel harga pada uji partial (T) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi harga lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan tersebut diketahui bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, semakin tinggi pengaruh variabel harga yang ada, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian. Meskipun kualitas memiliki hubungan yang positif, tetapi diketahui bahwa harga secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini disebabkan karena beberapa bahan bakar yang ditawarkan konsumen belum mampu melebihi kualitas barang dan harga terhadap keputusan pembelian Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan.

T hitung pada variabel harga lebih besar daripada t tabel yaitu t hitung sebesar 4,578 sedangkan t tabel sebesar 1,996. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian di Vei Baby Kids Manna.

3. Pengaruh kualitas barang dan Harga Terhadap Keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan tersebut diketahui bahwa kualitas barang dan harga memiliki pengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, semakin tinggi pengaruh variabel kualitas barang dan harga yang ada, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian. hal ini disebabkan karena beberapa pakaian yang ditawarkan kepada konsumen belum mampu melebihi kualitas barang dan harga terhadap keputusan pembelian Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan.

Nilai signifikansi kualitas barang dan harga dalam penelitian ini lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Jadi H_0 ditolak H_a diterima Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas barang dan harga berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian yang ada di Vei Baby Kids Manna Bengkulu selatan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Dari hasil analisis regresi linear berganda $Y = 9,319 + 0,371 X_1 + 0,423 X_2$. Variabel kualitas barang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang mana terlihat pada uji regresi linear nilai signifikansi kualitas barang lebih kecil dari 0,005 yaitu $0,000 < 0,005$. Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2015:48) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang artinya variabel kualitas barang berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Hasil uji regresi linear berganda yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang mana nilai uji signifikansi harga lebih kecil dari 0,005.
3. Variabel kualitas barang dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang mana kedua variabel bebas tersebut nilai signifikansinya dibawah 0,005 atau $0,000 < 0,005$. Yang artinya variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Kualitas barang dan harga merupakan variabel yang paling berpengaruh dibandingkan variabel lainnya terhadap keputusan pembelian Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan. Jadi toko harus lebih meningkatkan kualitas barang dan harga yang ada dengan mengadakan promo serta diskon daripada setiap pembelian pakaian sehingga pelanggan atau konsumen lebih senang serta ketagihan dalam berbelanja di Bey Baby Kids Manna Bengkulu Selatan.

DAFTAR ISI

- Adenia, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen secara Offline Pada Toko RR Stuff di Bengkulu (studi kasus mahasiswa FEBI)* (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).
- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta : Rineka Cipta
- Achmad, Buchori., Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama)*. Bandung. CV. Linda Karya
- Indrajaya, E., Wijaya, E., & Abi, Y. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Dettol Di Mini Market El-Jhon Sawah Lebar. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 867-876.
- Irawan Sutedja. 2012. *Manajemen Bisnis; Optimalisasi Sumberdaya Perusahaan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2011. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT. Midas Surya Grafindo. Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I* Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Muaslihah, Fasihatul. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam*. Skripsi: UIN Lampung.
- Laksana Fajar, 2010. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Lupiyoadi Rambat dan A. Hamdani, 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

- Peter, J. Paul. 2011. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Prasetijo Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, Edisi 1, Yogyakarta: ANDI.2005
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi
- Setyaningrum. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. AndiOffset
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi.
- _____,2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- _____,(2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono, 2012. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabetta
- Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, A. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, Dan asosiasi merek terhadap kepuasan Dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(01), 1-16.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS BARANG DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO VEI BABY KIDS MANNA BENKULU SELATAN SELATAN

Peran dan partisipasi saudara/i dalam memberikan penilaian terhadap berbagai pernyataan kuesioner ini sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang dilakukan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik, peneliti mengucapkan terima kasih.

I. Identitas Peneliti

Nama : Marisa Ayu Ningtias
NPM : 20040044
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi: Universitas Dehasen Bengkulu

II. Identitas Reponden

Nama :
Jenis Kelamin : laki-laki Perempuan
Usia : 15-25 26-35 36-50 50-60
Pendidikan : SLTA D3 Sarjana (S1)

III. Petunjuk Pengisian Identitas Responden

Berilah jawaban/ tanggapan atas pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang disediakan.

Keterangan nilai jawaban :

SS	=	Sangat Setuju	Skor 5
S	=	Setuju	Skor 4
N	=	Netral	Skor 3
TS	=	Tidak Setuju	Skor 2
STS	=	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Pernyataan Tentang Pengaruh Kualitas barang dan harga Terhadap keputusan pembelian di Toko Vei Baby Kids Manna

No	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
Kualitas produk (X1)							
<i>Kinerja</i>							
1.	Produk di toko Vei baby kids sangat bagus dan memuaskan						
2.	produk barang yang ada di toko Vei baby kids lebih diutamakan kualitasnya						
<i>Daya Tahan</i>							
3.	Daya tahan barang/produk lebih dari 1 tahun pemakaian						
4.	Barang yang ditawarkan kualitasnya dari bahan katun						
<i>Fitur</i>							
5.	Bentuk barang yang ditawarkan dari bulan ke bulan lebih menarik pelanggan						
6.	Suasana toko lebih menarik pelanggan						
<i>Kesesuaian dengan spesifikasi</i>							
7.	Produk yang ditawarkan sesuai kualitas barang						
<i>Realibility</i>							
8	Produk yang ditawarkan telah melalui uji kelayakan dan kehandalan						
9	Setiap tahun barang yang ada di toko Vei Baby Kid selalu memuaskan konsumen						
<i>Kesan kualitas</i>							
10	produk yang ditawarkan mempunyai kesan kualitas seperti ada label halal						
KUALITAS HARGA (X2)							
Keterjangkauan harga							
1.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan isi kantong masyarakat						
2.	Barang yang bagus maka harga ikut						

	menjadi bagus						
	Daya Saing Harga						
3.	Merek dalam negeri memang selalu terdepan						
4.	Barang dari luar Negeri memiliki nilai jual yang tinggi						
5.	Harga barang harus lebih murah dari toko yang lain						
	Keterjangkauan harga dengan produk						
6.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan harga						
7.	Ada barang ada kualitas						
	Keterjangkauan harga dengan manfaat						
8.	Barang yang dibeli masyarakat sesuai kebutuhan sehari-hari						
9.	Barang yang ditawarkan mengikuti tren masyarakat						
10.	Barang yang ditawarkan harus lebih bermanfaat bagi masyarakat						
KEPUTUSAN PEMBELIAN (X3)							
	Pemilihan Merek						
1.	Kualitas merek lebih diutamakan daripada harga barang						
2.	Merek luar Negeri lebih disenangi dan dicari masyarakat						
	Pemilihan produk						
3.	Pemimpin toko lebih mengutamakan Pemilihan produk						
4.	Pelanggan lebih memilih produk yang berkualitas daripada harga dipasaran						
	Pemilihan tempat penyalur						
5.	Pemimpin lebih mengutamakan tempat penyalur yang benar- benar memasarkan barang						
6.	Tempat penyalur harus lebih murah dengan toko-toko lain						

Waktu pembelian							
7.	Waktu pembelian harus dibatasi agar dapat melihat ekspayet barang						
8.	Barang/produk harus dicek secara berkala setiap 6 bulan sekali						
Jumlah pembelian							
9.	Jumlah pembelian barang harus sesuai dengan kehendak dari konsumen						
Metode Pembayaran							
10	Metode pembayaran jangan hanya menggunakan tunai atau kes tapi dengan juga menggunakan digital						

	Sig. (2-tailed)	.019	.019	.000	.050	.001	.022		.001	.043	.026	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
kn8	Pearson Correlation	.488**	.274*	.377**	.181	.428**	.336**	.397**	1	.312*	.276*	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000	.025	.002	.142	.000	.005	.001		.010	.024	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
kb9	Pearson Correlation	.269*	.415**	.432**	.320**	.541**	.261*	.248*	.312*	1	.452**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.000	.008	.000	.033	.043	.010		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
kb10	Pearson Correlation	.416**	.379**	.242*	.557**	.195	.341**	.272*	.276*	.452**	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.048	.000	.114	.005	.026	.024	.000		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
kualitasb arang	Pearson Correlation	.716**	.656**	.623**	.637**	.634**	.534**	.596**	.630**	.663**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

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

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

	Sig. (2-tailed)	.001	.033	.000	.001	.126	.176	.302		.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
h9	Pearson Correlation	.599**	.236	.544**	.519**	.360**	.352**	.117	.418**	1	.459**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.054	.000	.000	.003	.003	.347	.000		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
h10	Pearson Correlation	.328**	.229	.528**	.269*	.258*	.307*	.295*	.438**	.459**	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	.007	.062	.000	.028	.035	.012	.016	.000	.000		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
harg a	Pearson Correlation	.689**	.521**	.804**	.635**	.577**	.580**	.397**	.631**	.742**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

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

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

	Sig. (2-tailed)	.006	.003	.260	.000	.143	.081		.018	.331	.046	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
kp8	Pearson Correlation	.306*	.477**	.240	.241*	.342**	.221	.289*	1	-.101	.095	.521**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.050	.050	.005	.072	.018		.414	.443	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
kp9	Pearson Correlation	.291*	.252*	.321**	.087	.391**	.035	.120	-.101	1	.393**	.477**
	Sig. (2-tailed)	.017	.040	.008	.486	.001	.777	.331	.414		.001	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
kp10	Pearson Correlation	.178	.321**	.231	.243*	.213	.291*	.245*	.095	.393**	1	.563**
	Sig. (2-tailed)	.148	.008	.060	.048	.083	.017	.046	.443	.001		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
keputusanpe mbelian	Pearson Correlation	.716**	.742**	.561**	.599**	.499**	.576**	.584**	.521**	.477**	.563**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

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

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

Lampiran. Tabulasi data variabel kualitas barang

Responden	pernyataan dan Skor Jawaban Kualitas Barang (X1)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	4	4	3	4	4	3	4	5	3	39
2	5	5	3	5	3	5	3	3	3	4	39
3	5	3	4	3	4	3	3	4	3	3	35
4	4	2	2	4	2	5	2	2	4	5	32
5	3	5	4	5	4	4	4	4	5	3	41
6	5	3	5	3	5	4	3	5	5	4	42
7	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	22
8	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
9	5	2	5	2	4	5	5	5	3	3	39
10	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	21
11	5	4	4	5	4	2	2	4	4	4	38
12	4	4	5	4	3	5	3	3	4	3	38
13	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	39
14	3	5	4	3	4	4	4	4	5	5	41
15	5	5	3	5	3	4	3	5	3	5	41
16	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	38
17	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	41
18	3	3	5	5	3	4	4	5	4	5	41
19	3	5	3	5	3	3	5	3	3	4	37
20	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	39
21	4	4	5	4	5	3	3	3	4	3	38
22	1	1	2	2	2	3	3	3	2	1	20
23	5	5	2	3	3	5	3	5	3	3	37
24	5	5	4	3	4	5	4	5	3	3	41
25	5	5	5	5	2	5	5	2	3	4	41
26	5	4	4	3	4	3	5	4	4	5	41
27	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	36
28	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	21
29	5	4	3	5	5	3	5	3	4	4	41
30	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	41
31	4	4	3	5	5	3	5	5	5	3	42
32	3	3	4	5	4	4	4	4	5	5	41
33	5	5	3	5	3	4	3	5	5	5	43
34	5	4	4	5	4	3	4	3	4	5	41
35	5	4	4	4	4	4	4	5	5	2	41

36	3	5	3	5	5	5	3	3	5	4	41
37	3	5	5	3	3	5	5	5	5	4	43
38	5	4	4	5	4	3	3	4	3	4	39
39	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	23
40	5	3	5	3	5	3	5	3	5	4	41
41	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	41
42	3	5	3	5	3	3	3	3	5	4	37
43	5	2	5	5	4	5	5	5	2	5	43
44	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	22
45	5	4	4	3	4	4	3	4	5	3	39
46	5	5	3	5	3	5	3	3	3	4	39
47	5	3	4	3	4	3	3	4	3	3	35
48	4	2	2	4	2	5	2	2	4	5	32
49	3	5	4	5	4	4	4	4	5	3	41
50	5	3	5	3	5	4	3	5	5	4	42
51	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	22
52	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
53	5	2	5	2	4	5	5	5	3	3	39
54	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	21
55	5	4	4	5	4	2	2	4	4	4	38
56	4	4	5	4	3	5	3	3	4	3	38
57	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	39
58	3	5	4	3	4	4	4	4	5	5	41
59	5	5	3	5	3	4	3	5	3	5	41
60	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	38
61	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	41
62	3	3	5	5	3	4	4	5	4	5	41
63	3	5	3	5	3	3	5	3	3	4	37
64	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	39
65	4	4	5	4	5	3	3	3	4	3	38
66	1	1	2	2	2	3	3	3	2	1	20
67	5	5	2	3	3	5	3	5	3	3	37
	270	251	251	250	240	241	236	252	247	234	2472

Lampiran. Tabulasi data variabel harga (X2)

Responden	pernyataan dan Skor Jawaban Harga (X2)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	3	3	5	3	5	3	3	4	39
2	5	4	4	4	4	3	3	5	3	4	39
3	4	4	5	4	5	3	3	3	3	5	39
4	2	2	2	5	2	5	3	2	2	2	27
5	3	5	5	4	4	3	5	3	5	4	41
6	5	3	4	4	5	4	3	4	5	4	41
7	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	31
8	4	4	5	4	4	4	2	4	4	2	37
9	5	5	3	3	5	2	3	5	4	3	38
10	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	20
11	2	4	2	4	4	2	3	3	2	2	28
12	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	21
13	3	5	5	4	4	4	3	3	3	5	39
14	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	40
15	5	4	4	5	4	5	3	2	4	2	38
16	4	4	5	4	4	4	5	4	2	2	38
17	5	5	3	3	5	3	5	3	4	5	41
18	5	1	5	5	2	3	5	5	5	5	41
19	3	3	5	3	5	3	3	5	3	5	38
20	4	4	5	4	3	5	3	4	4	5	41
21	3	3	5	4	4	4	5	3	5	5	41
22	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	21
23	5	4	4	3	4	3	3	3	4	5	38
24	4	4	5	4	4	4	5	4	2	5	41
25	3	5	5	3	5	3	5	3	3	3	38
26	5	3	5	3	5	5	3	3	3	4	39
27	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	21
28	1	2	1	2	2	2	3	2	2	3	20
29	5	4	5	4	4	4	2	5	5	4	42
30	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	39
31	5	5	4	4	3	3	4	5	3	3	39
32	5	4	4	3	5	3	5	2	4	2	37
33	4	4	5	4	4	4	2	4	5	5	41
34	3	5	3	5	3	3	5	5	4	5	41
35	5	3	3	5	4	5	3	3	5	5	41

36	3	4	4	4	4	5	5	5	3	4	41
37	4	4	5	4	3	3	2	5	4	5	39
38	5	4	5	4	4	2	2	5	5	2	38
39	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	23
40	3	5	5	4	3	4	5	5	3	5	42
41	5	5	4	4	5	4	3	3	5	3	41
42	5	4	4	5	4	3	3	3	4	3	38
43	4	4	5	4	4	4	5	4	2	5	41
44	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	36
45	5	5	3	3	5	3	5	3	3	4	39
46	5	4	4	4	4	3	3	5	3	4	39
47	4	4	5	4	5	3	3	3	3	5	39
48	2	2	2	5	2	5	3	2	2	2	27
49	3	5	5	4	4	3	5	3	5	4	41
50	5	3	4	4	5	4	3	4	5	4	41
51	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	31
52	4	4	5	4	4	4	2	4	4	2	37
53	5	5	3	3	5	2	3	5	4	3	38
54	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	20
55	2	4	2	4	4	2	3	3	2	2	28
56	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	21
57	3	5	5	4	4	4	3	3	3	5	39
58	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	40
59	5	4	4	5	4	5	3	2	4	2	38
60	4	4	5	4	4	4	5	4	2	2	38
61	5	5	3	3	5	3	5	3	4	5	41
62	5	1	5	5	2	3	5	5	5	5	41
63	3	3	5	3	5	3	3	5	3	5	38
64	4	4	5	4	3	5	3	4	4	5	41
65	3	3	5	4	4	4	5	3	5	5	41
66	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	21
67	5	4	4	3	4	3	3	3	4	5	38
	250	255	258	243	252	222	233	232	224	243	2412

Lampiran. Tabulasi data variabel keputusan pembelian

Responden	pernyataan dan Skor Jawaban Keputusan pembelian (X3)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	5	3	5	2	5	5	5	1	4	38
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
3	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	41
4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	43
5	5	5	4	5	2	4	2	5	4	5	41
6	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	43
7	4	4	5	4	4	4	4	5	2	2	38
8	5	3	5	3	5	5	3	3	4	5	41
9	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
10	1	2	4	2	2	1	2	2	4	2	22
11	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	40
12	2	4	4	2	4	2	2	4	2	4	30
13	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	43
14	5	5	5	4	1	5	4	2	4	5	40
15	5	4	4	5	4	3	5	4	4	3	41
16	4	4	5	4	2	4	4	5	2	2	36
17	5	5	5	2	5	5	3	5	4	3	42
18	5	5	5	5	3	5	3	4	3	3	41
19	5	4	4	4	4	2	4	5	4	2	38
20	4	4	5	4	5	2	4	4	4	5	41
21	5	3	5	4	5	3	4	4	4	4	41
22	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	20
23	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3	34
24	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	43
25	4	4	5	3	4	5	3	4	4	5	41
26	5	4	3	5	3	4	5	4	3	5	41
27	5	4	5	4	4	2	4	2	5	2	37
28	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	22
29	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	43
30	3	5	4	4	3	4	4	4	5	4	40
31	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	43
32	4	4	3	5	4	4	4	3	5	5	41
33	5	5	5	3	5	3	3	5	4	3	41
34	5	5	5	5	3	5	3	3	3	5	42
35	5	4	4	4	4	5	2	5	4	4	41
36	4	3	5	3	5	5	4	4	4	5	42

37	5	4	5	4	5	3	2	5	5	5	43
38	3	3	5	5	4	2	5	5	3	5	40
39	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	22
40	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	44
41	5	3	3	3	5	3	5	5	4	5	41
42	5	3	3	4	3	3	3	3	4	3	34
43	4	5	3	5	3	5	5	3	4	3	40
44	5	3	3	5	5	4	3	3	4	3	38
45	3	5	3	5	2	5	5	5	1	4	38
46	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
47	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	41
48	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	43
49	5	5	4	5	2	4	2	5	4	5	41
50	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	43
51	4	4	5	4	4	4	4	5	2	2	38
52	5	3	5	3	5	5	3	3	4	5	41
53	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
54	1	2	4	2	2	1	2	2	4	2	22
55	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	40
56	2	4	4	2	4	2	2	4	2	4	30
57	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	43
58	5	5	5	4	1	5	4	2	4	5	40
59	5	4	4	5	4	3	5	4	4	3	41
60	4	4	5	4	2	4	4	5	2	2	36
61	5	5	5	2	5	5	3	5	4	3	42
62	5	5	5	5	3	5	3	4	3	3	41
63	5	4	4	4	4	2	4	5	4	2	38
64	4	4	5	4	5	2	4	4	4	5	41
65	5	3	5	4	5	3	4	4	4	4	41
66	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	20
67	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3	34
	274	263	280	262	241	240	243	262	243	255	2563

Lampiran. Hasil uji SPSS regresi linear

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.828 ^a	.686	.676	3.446	1.979

a. Predictors: (Constant), harga, kualitasbarang

b. Dependent Variable: keputusanpembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1658.613	2	829.306	69.830	.000 ^b
	Residual	760.074	64	11.876		
	Total	2418.687	66			

a. Dependent Variable: keputusanpembelian

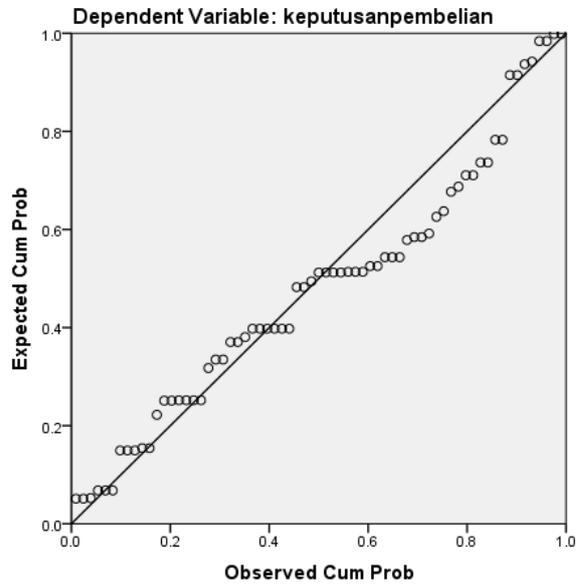
b. Predictors: (Constant), harga, kualitasbarang

Coefficients^a

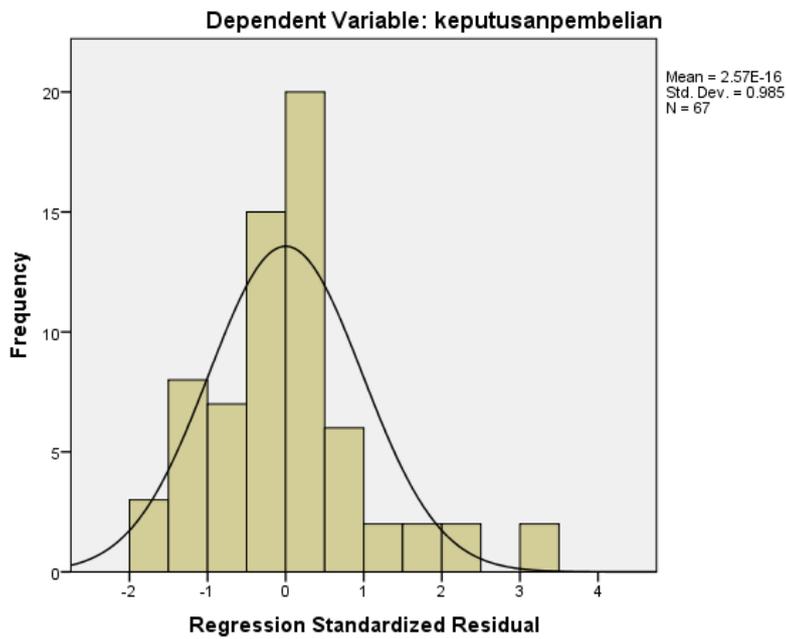
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.319	2.505		3.720	.000		
	kualitasbarang	.371	.097	.403	3.820	.000	.442	2.264
	harga	.423	.092	.483	4.578	.000	.442	2.264

a. Dependent Variable: keputusanpembelian

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram



Lampiran. R tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189

36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798

Lampiran. Tabel durbin Watson

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701

52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

Lampiran. T tabel

Pr Df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710

47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran. Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90

45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81

**TOKO VEI BABY KIDS PERLENGKAAN BAYI
TERLENGKAP- TERMURAH- TERPERCAYA**

Jl. Jendral Sudirman (Sebelah Lantai San Manna), Kec. Ps manna
Kabupaten Bengkulu Selatan, Bengkulu 38511

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 123 /Vei Baby Kids/2024

Berdasarkan Surat Universitas Dehasen Bengkulu Nomor : 459/UNIVED.F.4/A-4/II/2024 Tanggal, 20 Februari 2024 Perihal Permohonan Izin Penelitian sehubungan dengan maksud surat di atas, maka kami menerangkan bahwa :

Nama : **Marisa Ayu Ningtias**
NPM : 20040044
Fakultas : Manajemen

Telah selesai melaksanakan penelitian dan pengambilan data dengan pelaksanaan tugas akhir dengan judul “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga, Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Vei Baby Kids Manna Bengkulu Selatan* ”

Demikianlah surat keterangan penelitian ini kami buat dengan sebenarnya dan dapat digunakan seperlunya.

Manna, 29 Februari 2024
Owner Vei Baby Kids



Nolia Interia Sari

