

PENGARUH KUALITAS BARANG TRADING, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT CITRA MANDIRI DISTRIBUSINDO

Apri Kurniawan*, Hendri Herman**

*Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

**Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

e-mail: zhjun96@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine whether trading product quality has a positive and significant effect on purchase decision, whether price has a positive and significant effect on purchase decision and whether service quality has a positive and significant effect on purchase decision. The independent variables in this study are trading product quality, price and service quality. While the dependent variable is the purchase decision. This research was conducted at Citra Mandiri Distribusindo Pte Ltd, using sample of 128 people. This research is quantitative and the data collection is done by collecting questionnaires by testing the quality of products, price and service quality partially with the help of SPSS (Statistics Product and Service Solution) version 21. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis, data quality test, classical assumption test, influence test of multiple linear regression analysis, and hypothesis test in the form of t test and f test. The results of this study indicate that from the results of t test show the product quality has a positive and significant effect on purchase decision, price has a positive and significant effect on purchase decision and service quality have positive and significant influence to purchase decision. Based on the F test results, obtained the calculated F value of the product quality, price and service quality of 34.109 greater than F table of 2.680 and the significant values obtained 0.000 smaller than 0.05 which indicates that the product quality, price, and service quality simultaneously influence the purchase decision.

Keywords: *Product Quality; Price; Service Quality; Purchase Decision.*

PENDAHULUAN

Perusahaan harus mampu dalam menciptakan serangkaian strategi pemasaran yang efektif agar dapat memikat konsumen dalam hal memilih keunggulan atas suatu produk, yang terdiri dari segi pelayanan, maupun harga yang dapat terjangkau sehingga menghilangkan keragu-raguan dalam memutuskan suatu pembelian produk. Kualitas produk yang disediakan harus lebih baik dibandingkan produk bersaing lainnya dan memiliki nilai guna lebih dari produk-produk saingan lainnya.

Sebuah produk yang mempunyai kualitas tinggi merupakan salah satu kunci kesuksesan dari suatu perusahaan. Suatu produk yang tidak memiliki kualitas yang lebih baik dari produk saingan lainnya akan larut dalam kekalahan persaingan bisnis. Sebuah kualitas produk membutuhkan suatu perbaikan untuk dapat mengurangi biaya sehingga dapat meningkatkan keunggulan produk dalam dunia persaingan bisnis, dan bahkan dapat menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama.

Selain dari faktor kualitas produk, adapun faktor lainnya yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan agar pelanggan dapat dengan mudah memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan yaitu faktor harga. Pelayanan berkualitas dapat memberikan kesan yang baik terhadap konsumen serta dapat juga meyakinkan kepada konsumen akan keputusan yang dipilih terhadap suatu produk yang dibeli. Penjualan PT Citra Mandiri Distribusindo pada bulan Januari sebanyak Rp 500,698,710 sehingga didapati persentase penjualannya sebesar 42,7% dari target penjualan sebesar Rp 1,172,000,000 dan pada bulan Februari terjadi peningkatan penjualan sehingga penjualan pada bulan tersebut sebesar Rp 550,678,910 dengan persentase penjualannya adalah 46,9% dan yang terakhir pada bulan Maret juga terjadi peningkatan penjualan sebesar Rp 672,457,310 dengan persentase penjualannya adalah 57,3%.

Perusahaan mengalami kenaikan penjualan tiap bulannya akan tetapi tidak pernah mencapai target penjualan yang ditetapkan. Target yang diberikan perusahaan tidak tercapai disebabkan oleh beberapa hal yaitu kualitas produk yang kurang mengalami perbaikan, harga yang ditetapkan masih sulit terjangkau oleh beberapa kalangan masyarakat, serta kurangnya pendekatan dalam pelayanan yang diberikan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

PT Citra Mandiri Distribusindo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak didalam bidang distribusi barang trading. PT Citra Mandiri Distribusindo berdiri sejak tanggal 1 Maret 2014 dengan jumlah karyawan sebanyak 108 orang, yang beralamat di Komp Tunas Industrial Estate Blok C & E No 1 Batam. PT Citra Mandiri Distribusindo menawarkan produk berupa barang-barang trading yang mana proses distribusinya terjadi untuk melayani berbagai permintaan dari

semua kalangan konsumen baik individu, pedagang kecil, pedagang besar maupun *modern market*. Dalam hal ini peneliti menemukan beberapa kendala pada PT Citra Mandiri Distribusindo yang membuat peneliti tertarik sekali untuk meneliti lebih dalam mengenai sejauh mana kualitas suatu produk trading, harga dan pelayanan yang diberikan sehingga mampu mempengaruhi suatu keputusan pembelian.

Atas dasar uraian pada latar belakang diatas, maka terdapat kajian dalam melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Barang Trading, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Citra Mandiri Distribusindo”**.

Berdasarkan pada latar belakang, identifikasi masalah serta pembahasan masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas barang trading berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo?
4. Apakah kualitas barang trading, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo?

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kualitas Barang

Kualitas produk merupakan sebuah kemampuan dari suatu produk melaksanakan fungsinya, dalam hal keandalannya, daya tahan produk, ketepatan, kemudahan dalam operasi, dan perbaikan pada produk, serta atribut

yang bernilai lainnya (Weenas, 2013: 609). Dapat disimpulkan bahwa kualitas barang merupakan suatu kemampuan yang mengungguli sebuah produk dimana fungsinya berkaitan dengan keinginan yang diharapkan oleh pelanggan.

Ada delapan indikator dalam variabel kualitas barang yang dinyatakan oleh Sviokla (Mukti, 2015: 95-96), yaitu:

1. Kinerja (*Performance*).
2. Ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*).
3. Keandalan (*Reliability*).
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*).
5. Daya tahan produk (*Durability*).
6. Pelayanan (*Service ability*).
7. Estetika (*Aesthetics*).
8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*).

2.2 Pengertian Harga

Sejumlah nilai uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk mendapatkan produk maupun jasa yang dapat juga dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk pada benak konsumen merupakan definisi harga (Runtunuwu, Oroh, & Taroreh, 2014: 1805). Secara singkat disimpulkan definisi harga adalah jumlah nilai uang yang terdapat nilai tukar yang dikeluarkan agar dapat menggunakan produk yang dibeli.

Terdapat empat indikator yang mencirikan harga (Ofela, 2016: 3-4), yaitu:

1. Keterjangkauan nilai harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produknya.
3. Daya persaingan harga.
4. Kesesuaian harga pada manfaatnya.

2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan diartikan sebagai suatu pengukuran atas seberapa bagusnya tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi para pelanggan

(Rondonuwu, 2013: 720). Jadi kesimpulan dari pengertian kualitas pelayanan adalah seberapa baik atau buruknya tingkat pelayanan dan penyampaian suatu produk untuk memenuhi harapan dan keinginan pembeli.

Terdapat lima indikator dalam variabel kualitas pelayanan (Mamang & Sopiha, 2013: 100), yaitu:

1. Keandalan (*reliability*).
2. Daya tanggapan (*responsiveness*).
3. Jaminan (*assurance*).
4. Empati (*empathy*).
5. Produk wujud (*tangibles*).

2.4 Pengertian Keputusan Pembelian

Tahapan dalam suatu proses pengambilan keputusan seorang pembeli dimana pembeli benar-bener ingin membeli adalah definisi dari keputusan pembelian (Mariana, 2015: 392). Dari pengertian diatas, maka dapat dijelaskan bahwa suatu proses dari tindakan seorang pembeli menciptakan keputusannya untuk melakukan pembelian suatu produk yang akan dibeli merupakan definisi dari keputusan pembelian.

Indikator pada variabel keputusan pembelian yang digunakan adalah sebagai berikut (Kotler & Keller, 2009: 191):

1. Sesuai dengan kebutuhan.
2. Mempunyai suatu manfaat.
3. Keputusan yang tepat dalam membeli produk.
4. Pembelian ulang.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangatlah penting sebagai dasar dalam rangka menyusun skripsi ini. Penelitian yang dilakukan oleh (Weenas, 2013) dengan judul Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda dengan hasil penelitian

yang menemukan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Perencanaan penelitian ini dilakukan agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Jenis desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu kausalitas kuantitatif yang artinya penyusunan penelitian ini digunakan untuk meneliti kemungkinanyang ada hubungan sebab-akibat antara variabel kualitas barang, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitas barang, harga dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pembelian. Sampel yang

diambil dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli dari populasi pelanggan PT Citra Mandiri Distribusindo sebanyak 128 orang responden.

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti melakukan penelitian. Lokasi penelitian yang ditetapkan oleh peneliti untuk melaksanakan penelitian ini adalah pada PT Citra Mandiri Distribusindo yang beralamat di Komp Tunas Industri Estate Blok C & E No 1 Batam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Validitas

Uji yang digunakan untuk ketahu sejauh mana alat pengukuran itu dapat mengukur apa yang diinginkan diukur merupakan maksud dari uji validitas (Wibowo, 2012: 35).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Barang (X ₁)	X1.1	0,508	0,174	Valid
	X1.2	0,607	0,174	Valid
	X1.3	0,524	0,174	Valid
	X1.4	0,689	0,174	Valid
	X1.5	0,684	0,174	Valid
	X1.6	0,460	0,174	Valid
	X1.7	0,478	0,174	Valid
	X1.8	0,534	0,174	Valid
Harga (X ₂)	X2.1	0,700	0,174	Valid
	X2.2	0,673	0,174	Valid
	X2.3	0,718	0,174	Valid
	X2.4	0,690	0,174	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₃)	X3.1	0,637	0,174	Valid
	X3.2	0,736	0,174	Valid
	X3.3	0,672	0,174	Valid
	X3.4	0,735	0,174	Valid
	X3.5	0,692	0,174	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,631	0,174	Valid
	Y.2	0,741	0,174	Valid
	Y.3	0,716	0,174	Valid
	Y.4	0,626	0,174	Valid

Hasil pengujian pada tabel 1 diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0.174) hingga semua item dalam variabel kualitas

barang, harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian adalah *valid*.

4.2 Hasil Uji Reabilitas

Penilaian dari hasil pengukuran yang relatif konsisten apabila pengukuran variabelnya bisa diulangi dua kali ataupun lebih merupakan istilah dari reliabilitas (Wibowo, 2012: 52). Apabila

nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 untuk masing-masing variabel yang diuji maka suatu variabel dikatakan memiliki nilai yang reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Barang (X ₁)	0,692	Reliabel
Harga (X ₂)	0,644	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0,731	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,609	Reliabel

Hasil pengujian pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai 0.60. Nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel kualitas barang sebesar 0.692, nilai pada variabel harga sebesar 0.644, nilai pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0.731, dan nilai pada variabel keputusan pembelian sebesar 0.609. Maka hasil dari pengujian reliabilitas terhadap keseluruhan variabel

untuk selanjutnya butir-butir item dari masing-masing variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai bahan alat ukur.

4.3 Hasil Uji Normalitas

Suatu cara untuk mengetahui apakah nilai residu yang diteliti mempunyai nilai distribusi yang normal atau tidak normal adalah dengan menggunakan uji normalitas (Wibowo, 2012: 61).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		128
Normal Paameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.33298091
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.044
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.790
Asymp. Sig. (2-tailed)		.560

Hasil pengujian pada tabel 3 di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa nilai residual yang terstandarisasi mempunyai penyebaran data yang normal maka dapat dikatakan bahwa data di atas memiliki distribusi *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi 0.560 lebih besar dari 0.05.

4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Cara melihat ada atau tidak korelasi yang tinggi antar variabel bebas dalam

suatu model regresi linear berganda merupakan tujuan dari pengujian multikolinearitas. Dalam suatu model terjadi gejala multikolinieriaritas maka dikatakan sesama variabel bebasnya terjadi korelasi.

Gejala multikolinearitas ini dapat diketahui dengan menggunakan alat uji yang disebut *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KualitasBarang	.712	1.404
	Harga	.700	1.429
	KualitasPelayanan	.676	1.480

Pada tabel uji 4 diatas, diketahui bahwa nilai VIF pada variabel kualitas barang sebesar 1.404, variabel harga sebesar 1.429, serta untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 1.480. Dapat disimpulkan bahwa dalam penilaian model regresi tersebut tidak terjadi suatu gejala multikolinearitas antar variabel

bebas karena nilai VIF lebih kecil dari 10.

4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Suatu model akan dibilang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas apabila penilaian probabilitas atau signifikansinya lebih besar dari 0.05.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	
		Coefficients					Coefficients
		B	Std. Error				
1	(Constant)	.286	.827		.345	.731	
	KualitasBarang	-.017	.028	-.064	-.609	.544	
	Harga	.082	.042	.205	1.940	.055	
	Kualitas Pelayanan	-.001	.036	-.003	-.030	.976	

Berdasarkan pada tabel 5,diketahui bahwa penilaian pada masing-masing variabel memiliki nilai probabilitas diatas 0.05. Sehingga ditarik kesimpulan bahwa dalam model regresi tersebut tidak ada terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Suatu uji agar mengetahui arah hubungan maupun pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen apakah variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif dan mengalami kenaikan atau penurunan adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	
		Coefficients					Coefficients
		B	Std. Error				
1	(Constant)	2.265	1.457		1.555	.123	
	Kualitas Barang	.211	.049	.341	4.324	.000	
	Harga	.164	.075	.174	2.195	.030	
	KualitasPelayanan	.242	.063	.312	3.862	.000	

Pada tabel 6 di atas, disusun suatu persamaan regresi untuk penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = (2.265) + 0.211 X_1 + 0.164 X_2 + 0.242 X_3$$

Berikut adalah penjelasan dari hasil penilaian koefisien yang telah diuji:

1. Nilai konstan sebesar (2.265) yang artinya jika nilai variabel kualitas barang (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) adalah nol, maka nilai dari variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebesar (2.265).
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas barang adalah positif sebesar 0.211 dan hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel kualitas barang (X_1), maka semakin tinggi pula nilai variabel keputusan pembelian.

3. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga adalah positif sebesar 0.164 dan hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel harga (X_2), maka semakin tinggi nilai variabel keputusan pembelian.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan adalah positif sebesar 0.242 dan hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel kualitas pelayanan (X_3), maka semakin tinggi nilai variabel keputusan pembelian.

4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya persentase nilai yang dipengaruhi variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.452	.439	1.349

a. Predictors: (Constant), Total_Kualitas_Pelayanan, Total_Kualitas_Barang, Total_Harga

Berdasarkan hasil pada tabel 7 diatas, dapat dilihat bahwa penilaian R Square (R^2) sebesar 0.452 atau sebesar 45.2%. Dalam hal ini variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas barang, harga, dan kualitas pelayanan sebesar 45.2% sedangkan sisanya sebesar 54.8% dipengaruhi oleh

faktor lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4.8 Hasil Uji T

Ada atau tidaknya pengaruh antara kualitas barang (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat diuji dengan menggunakan uji T.

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.265	1.457		1.555	.123
1 Total_Kualitas_Barang	.211	.049	.341	4.324	.000
Total_Harga	.164	.075	.174	2.195	.030
Total_Kualitas_Pelayanan	.242	.063	.312	3.862	.000

Berdasarkan hasil hitung uji T dengan menggunakan SPSS 21 dapat diketahui:
H₁: Kualitas barang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.

Dari tabel diatas diketahui nilai t-hitung variabel kualitas barang 4.324 > 1.978 (t-tabel) dan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas barang (X₁) mempunyai pengaruh positif yang signifikan pada variabel keputusan pembelian (Y) sehingga hipotesis pertama diterima.

H₂: Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.

Dari tabel diatas diketahui nilai t-hitung variabel harga 2.195 > 1.978 (t-tabel) dan nilai signifikan 0.030 lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X₂) mempunyai

pengaruh positif yang signifikan pada variabel keputusan pembelian (Y) sehingga hipotesis kedua diterima.

H₃: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.

Dari tabel diatas diketahui nilai t-hitung variabel kualitas pelayanan 3.862 > 1.978 (t-tabel) dan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X₃) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sehingga hipotesis ketiga diterima.

4.9 Hasil Uji F

Untuk mengetahui pengaruh secara bersamaan antara variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan metode uji F.

Tabel 9. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	186.217	3	62.072	34.109	.000 ^b
	Residual	225.658	124	1.820		
	Total	411.875	127			

Berdasarkan hasil uji pada tabel 9, nilai f-hitung 34.109 > 2.680 (f-tabel), nilai signifikansi diperoleh 0.000 < 0.05. Dapat disimpulkan bahwa kualitas barang, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli sehingga hipotesis keempat diterima karena didukung data dan sesuai dengan hipotesis peneliti.

4.10 Pembahasan

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan mengenai hasil analisis yang telah dilakukan, hasil penelitian terdahulu pada sebelumnya menunjukkan bahwa kondisi penelitian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dilihat

dari banyaknya tanggapan kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian sehingga menghasilkan nilai yang signifikan, dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa terdapat tiga variabel independen yaitu kualitas barang, harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo. Pada bagian ini akan memaparkan pembahasan mengenai hasil penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas barang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.

Berdasarkan pada hasil uji T, diperoleh nilai t-hitung $4.324 > 1.978$ (t-tabel) dan nilai signifikansi $0.000 < \alpha 0.05$ yang menunjukkan bahwa kualitas barang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana menandakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_1 dan menolak H_0 . Hasil pengujian terhadap variabel kualitas barang (X_1) memperoleh nilai koefisien sebesar 0.211. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa kualitas barang berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Supangkat & Supriyatin, 2017) dengan kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.

Berdasarkan hasil uji T, diperoleh nilai t-hitung $2.195 > 1.978$ (t-tabel) dan nilai signifikansi $0.030 < \alpha 0.05$ menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana menandakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_2 dan menolak H_0 . Hasil pengujian terhadap variabel harga (X_2) memperoleh nilai koefisien sebesar 0.164. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mariana, 2015) dengan kesimpulan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.

Berdasarkan hasil uji T, diperoleh nilai t-hitung $3.862 > 1.978$ (t-tabel) dan nilai signifikansi $0.000 < \alpha 0.05$ yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang mana membuktikan bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_3 dan

menolak H_0 . Hasil pengujian terhadap variabel kualitas pelayanan (X_3) memperoleh nilai koefisien sebesar 0.242. Hasil pada penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mukti, 2015) dengan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Kualitas barang, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung dari kualitas barang, harga dan kualitas pelayanan sebesar $34.109 > 2.680$ (f-tabel), dan nilai signifikansi yang diperoleh $0.000 < \alpha 0.05$ yang menunjukkan bahwa kualitas barang, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana hasil ini menandakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_4 dan menolak H_0 . Hasil dari pengujian ini terhadap variabel kualitas barang (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) memperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0.452 atau sebesar 45.2%. Hal ini berarti kontribusi pengaruh dari variabel independen kualitas barang, harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen keputusan pembelian dalam penelitian ini sebesar 45.2%, sedangkan sisanya 54.8% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Dari hasil pengujian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, adapun beberapa kesimpulan yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas barang trading berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai hitung signifikansi dari kualitas barang

- sebesar $0.000 < \alpha 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai hitung signifikansi dari harga yaitu sebesar $0.030 < \alpha 0.05$, sehingga diambil kesimpulan bahwa hipotesis kedua diterima.
 3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai hitung signifikansi dari kualitas barang sebesar $0.000 < \alpha 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.
 4. Ketiga variabel secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai hitung signifikansi F sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat diterima.
 5. Selain itu diperoleh hasil *R Square* sebesar 0.452 atau 45.2%. Dalam hal ini disimpulkan bahwa keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh kualitas barang (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) dalam perhitungan model regresi sebesar 45.2%, sedangkan sisanya sebanyak 54.8% dijelaskan oleh variabel yang lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Mamang, S. E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Mariana. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomii*, 3(2), 388–402.
- Mukti, M. Y.D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar). *Riset Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 89–110.
- Ofela, H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN: 2461-0593*, 5(1), 1–15.
- Rondonuwu, P. D. (2013). Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal Emba*, 1(4), 718–728.
- Runtuuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1803–1813.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(September), 1–19.
- Weenas, J. R.S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *EMBA*, 1(4), 609.
- Wibowo, A. E. (2012). Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian. Yogyakarta: Gava Media.