



Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo

Rivan Aristo Putra¹, Ananda Fitriani Dewi²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Potensi Utama, Sumatera Utara, Indonesia
JL. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Tj. Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241

Email: rivanaristoputra287@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada PT. Aneka Bintang Sejati labelindo. Data dalam penelitian diperoleh melalui kuesioner. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel jenuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa. Hasil uji T hitung terhadap variabel harga sebesar $2,055 < T\text{-tabel } 1,978$ dan nilai sig $0,042 > 0,05$ yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji T hitung terhadap variabel kualitas produk sebesar $5,102 > t\text{-tabel } 1,978$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji T hitung terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar $3,264 > t\text{-tabel } 1,984$ dan nilai sig $0,001 > 0,05$ yaitu kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinan menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 70,9% sedangkan 29,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kata Kunci : Keputusan pembelian, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Percetakan adalah sektor usaha industri kreatif yang banyak jenis nya seperti hal nya pada percetakan *digital printing*, media cetak, sablon manual/digital, dan *graphic design*. Bisnis percetakan semakin mempermudah masyarakat untuk melakukan pembelian sesuai dengan keinginan dari pihak masing-masing. Tidak hanya itu, percetakan juga memperhatikan dan memperdulikan hasil design dari produk yang dibuat. Hal ini tentunya membuat dunia percetakan semakin meningkat.

Salah satu perusahaan percetakan adalah PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo yang merupakan perusahaan percetakan yang berdiri pada tahun 2004 beralamat di Jln Bilal Ujung No 106 C & D, Kec Medan Timur. PT. Aneka bintang sejati labelindo atau dikenal dengan Abs Labelindo adalah perusahaan yang menjual berbagai macam stiker sesuai dengan keinginan konsumen dengan berbagai macam model design dan bahan stiker yang diperlukan.

Dengan produk yang dipasarkan, perusahaan ini telah memberikan berbagai varian harga produk serta kualitas produk yang maksimal sehingga dapat berdiri lebih dari 21 tahun. Adapun tabel Laporan Penjualan pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo pada Tahun 2019 – 2023 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Laporan Target Penjualan PT. Aneka Bintang Sejati Tahun 2019 - 2023

| Tahun | Target | Tercapai | Persentase | Status |
|--------------|----------------|-------------------|-------------------|----------------|
| 2019 | 15.000.000.000 | 16.350.742.101.50 | 109% | Tercapai |
| 2020 | 17.000.000.000 | 19.755.841.325.80 | 116% | Tercapai |
| 2021 | 19.000.000.000 | 18,005,463,727.71 | 95% | Tidak Tercapai |
| 2022 | 20.000.000.000 | 17,925,333,288.28 | 90% | Tidak Tercapai |
| 2023 | 20.000.000.000 | 15,315,488,955.33 | 77% | Tidak Tercapai |

Sumber : PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo

Dari tabel diatas dapat dilihat penjualan dari tahun 2019 – 2023 mengalami penurunan yang signifikan. Dimana perilaku konsumen dapat menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian terhadap konsumen yang sama, namun seluruh proses tidak selalu dilaksanakan oleh konsumen. Proses pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan dalam penyelesaian masalah terhadap kegiatan manusia untuk membeli suatu barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya.

Pada dasarnya seorang konsumen memiliki perilaku yang cukup rumit dengan berbagai macam perbedaan pada suatu produk, akan tetapi merek dan spesifikasi produk yang tentunya pasti berbeda. Oleh karena itu Perusahaan. yang cerdas akan lebih mengetahui seberapa besar proses pengambilan keputusan terhadap konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan data yang berbentuk angket dan perhitungan yang kemudian dimasukkan kedalam bentuk tabel lalu diolah dengan menggunakan uji statistic.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2018), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari hasil pengisian kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai. Sedangkan Data sekunder adalah suatu data yang diperoleh tidak berhubungan langsung memberikan data kepada pengumpul data Sugiyono (2018). Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan maret 2024 sampai bulan September 2024 dengan lokasi di Jln. Bilal Ujung No 106 C & D, Kec. Medan Timur.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 132 data responden yang melakukan keputusan pembelian pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 132 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Teknik Sample Jenuh* Pengertian *sampel jenuh* adalah metodologi penentuan sampel yang dilakukan bila semua anggota populasi mampu untuk dijadikan sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 2. Berdasarkan Jenis Kelamin
 Jenis Kelamin

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 80 | 60.6 | 60.6 | 60.6 |
| | Perempuan | 52 | 39.4 | 39.4 | 100.0 |
| Total | | 132 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Output SPSS 23 (2024)

Tabel 3. Berdasarkan Usia Responden
 Usia

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 20-30 Tahun | 15 | 11.4 | 11.4 | 11.4 |
| | 31-45 Tahun | 68 | 51.5 | 51.5 | 62.9 |
| | 46-60 Tahun | 49 | 37.1 | 37.1 | 100.0 |
| Total | | 132 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Output SPSS 23 (2024)

Tabel 4. Berdasarkan berapa kali melakukan pembelian
 Berapa Kali Melakukan Pembelian

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Hanya 1 kali | 5 | 3.8 | 3.8 | 3.8 |
| | 2 - 5 kali | 15 | 11.4 | 11.4 | 15.2 |
| | 5 - 10 kali | 75 | 56.8 | 56.8 | 72.0 |
| | Lebih dari 10 kali | 37 | 28.0 | 28.0 | 100.0 |
| Total | | 132 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Output SPSS 23 (2024)

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat model regresi apakah berdistribusi normal. Kolmogrov Sminov dilakukan normal jika nilai Asymp.sig (2-tailed) > 0,05

Tabel 5. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 132 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.33475393 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .059 |
| | Positive | .059 |
| | Negative | -.046 |
| Test Statistic | | .059 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai A symp.Sig (2-tailed) adalah 0.200 yang berarti nilai lebih besar dari 0,05. Dengan kata lain variabel tersebut berdistribusi secara normal.

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat model regresi apakah terdapat adanya korelasi antara variabel independent.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

| | | Coefficients ^a | | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-----------|-------------------------|--|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | | |
| 1 | (Constant) | -2.313 | 1.423 | | -1.626 | .106 | | | |
| | HARGA | .084 | .041 | .118 | 2.055 | .042 | .685 | 1.460 | |
| | KUALITAS PRODUK | .422 | .083 | .496 | 5.102 | .000 | .240 | 4.164 | |
| | KEPUASAN KONSUMEN | .386 | .118 | .302 | 3.264 | .001 | .265 | 3.777 | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 6 dapat terlihat bahwa:

1. Nilai VIF dari variabel harga, kualitas produk, diversifikasi, lokasi dan citra merek lebih kecil atau dibawah 5 ($VIF < 5$), ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar independent dalam model regresi.
2. Nilai Tolerance dari variabel harga, kualitas produk, diversifikasi, lokasi dan citra merek lebih besar dari 0,1. Ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel

Uji heterokedastisitas adalah uji yang digunakan untuk melihat model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan kepengamatan yang lain.

Tabel 7. Uji Heterokedastisitas

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | sig |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .206 | .824 | | .250 | .803 |
| | HARGA | -.018 | .024 | -.080 | -.766 | .445 |
| | KUALITAS PRODUK | -.021 | .048 | -.079 | -.448 | .655 |
| | KEPUASAN KONSUMEN | .121 | .069 | .296 | 1.764 | .080 |

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi seluruh variable diatas 0.005. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji gletser dpat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi ini

Tabel 8. Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -2.313 | 1.423 | | -1.626 | .106 |
| | HARGA | .084 | .041 | .118 | 2.055 | .042 |
| | KUALITAS PRODUK | .422 | .083 | .496 | 5.102 | .000 |
| | KEPUASAN KONSUMEN | .386 | .118 | .302 | 3.264 | .001 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Persamaan regresinya dari nilai-nilai diatas adalah:

$$Y = -1,1713 + 0,065 X_1 + 0,449 X_2 + 0,353 X_3 + e$$

Keterangan:

1. Konstanta (α) sebesar -2,313 menunjukkan bahwa jika variabel harga (X1), kualitas produk (X2) dan kepuasan konsumen (X3) dalam keadaan konstan maka keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel lain sebesar -2,313
2. Persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi harga sebesar 0,084 yang menunjukkan apabila harga mengalami kenaikan 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 8,4%.
3. Persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,422 yang menunjukkan apabila kualitas produk mengalami kenaikan 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 42,2%.
4. Persamaan regresi menunjukkan nilai koefisien regresi kepuasan konsumen sebesar 0,386 menunjukkan apabila kepuasan konsumen mengalami kenaikan 100% hal ini akan mengakibatkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 38,6%.

Uji T adalah suatu uji untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan membandingkan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel dalam tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

Dalam penelitian ini dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut :

Taraf signifikan yaitu 5% atau 0,05 dan $n = 132$, $t\text{-tabel} = n-k-1$ ($132-3-1 = 128$)

Tabel 9. Uji T

| Coefficients^a | | | | | |
|---------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -2.313 | 1.423 | | -1.626 | .106 |
| HARGA | .084 | .041 | .118 | 2.055 | .042 |
| KUALITAS PRODUK | .422 | .083 | .496 | 5.102 | .000 |
| KEPUASAN KONSUMEN | .386 | .118 | .302 | 3.264 | .001 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23

Dari hasil perhitungan nilai t-tabel maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,978. Hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t diperoleh nilai t-hitung berdasarkan nilai koefisien yang didapat pada tabel diatas menunjukkan bahwa:

1. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dari variabel harga yaitu $2,055 > 1,978$ dan nilai signifikan untuk harga sebesar $0,042 < 0,05$, sehingga variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo artinya harga berpengaruh nyata dalam meningkatkan keputusan pembelian pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo. maka H1 diterima.
2. Dari variabel kualitas produk yaitu $5,102 > 1,978$ dan nilai signifikan untuk kualitas produk sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo artinya kualitas produk berpengaruh nyata dalam meningkatkan keputusan pembelian pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo. Dengan demikian maka H2 diterima.
3. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dari variabel kepuasan konsumen yaitu $3,264 > 1,978$ dan nilai signifikan untuk kepuasan konsumen sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo artinya kepuasan konsumen berpengaruh nyata dalam meningkatkan keputusan pembelian pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo. Dengan demikian maka H3 diterima.

Uji F adalah suatu uji yang digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Dalam penelitian ini adalah F Tabel ($V1 = k, V2 = n-k-1$) sehingga ($V1=3, V2=132-3-1 = 128$), maka F tabel sebesar 2,44

Tabel 10. Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1743.879 | 3 | 581.293 | 104.196 | .000 ^b |
| | Residual | 714.091 | 128 | 5.579 | | |
| | Total | 2457.970 | 131 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN KONSUMEN, HARGA, KUALITAS PRODUK

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai fhitung 104,196 sedangkan nilai ftabel pada $\alpha = 0,05$ dengan n = diperoleh nilai ftabel 2,44 dari hasil ini diketahui fhitung > ftabel yaitu $104,196 > 2,44$. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Konsumen (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .842 ^a | .709 | .703 | 2.36196 |

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN KONSUMEN, HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi dengan nilai R Square sebesar 0.709 berarti 70,9 % keputusan pembelian pada PT. Aneka Bintang Sejati Labelindo dapat dipengaruhi oleh harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 29,1% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel kualitas layanan, Citra merek, budaya, sosial, dan pribadi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada bab sebelumnya, maka diperoleh Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kepuasan Konsumen secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan secara silmutan variabel harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian berdasarkan uji F dimana F hitung > F tabel ($104,196 > 2,44$).

DAFTAR PUSTAKA

A Faisal Muzakki, Eman Sulaeman (2021), "Analisis Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Nol Derajat Cikampek Karawang. Jurnal Pemasaran Kompetitif.

- Ajat Rukajat. 2018. Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. Yogyakarta: Deepublish.
- Chang, T. Sheng and Wei, H. Hsiao. (2019). *Consumers automotive purchase decisions: The significance of vehicle-based infotainment systems. African Journal of Business Management*. Vol.5 (11). pp: 4152-416. DOI: 10.5897/AJBM10.480 ISSN 1993-8233
- Chao-Min Chiu et al. (2016). "Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: the roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk". *Information Systems Journal* 24, 85-114.
- Ekky Suti Wibisono, 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo". Skripsi. Program Studi Manajemen, Universitas Bhayangkara Surabaya
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 Nomor 1
- Fandy Tjiptono, 2018. Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4. Andi, Yogyakarta
- Ghozali, I. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS" Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono (2018) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2015, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Windarti, T. dan Ibrahim, M. (2017) "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjung-Pekanbaru)," *Jom FISIP*, 4(2), hal. 1–10
- Wisnu rayhan adhitya. (2019). Penelitian Fenomena harbolnas (hari belanja online nasional) melalui harga, produk, kemudahan dan keamanan bertransaksi terhadap keputusan pembelian konsumen secara online dengan kepercayaan sebagai variabel moderating di komplek johor indah permai II medan.
- Yogi Proma Putra, Diba Ulfiya, Masine Slahanti (2023) Penelitian Jurnal Ilmiah