**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN NC *WATER* DI KOPERASI NC MART DEMANGAN BARAT**

**Penulis Pertama1) PathulBari**

STKIP PGRI BANGKALAN

E-mail:pathulberi258@gmail.com

**Abstrak:**

Penelitian ini dibuat untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen NC *water* Di Koperasi NC Demangan Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen akan air mineral NC *wate*r di koperasi NC Mart Demangan Barat.2) Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen akan air mineral NC*water* di koperasi NC Demangan Barat. **3)** Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen akan air mineral NC*water* di koperasi NC Mart Demangan Barat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji simultan diperoleh nilai Fhitung sebesar 280,437 dengan signifikasi sebesar 0,000. Oleh karena nilai Oleh karena nilai Fhitung 280,437 > Ftabel (2,81) dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000 dan nilai ini jauh lebih kecil dari α = (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Dan dalam pengujian secara parsial dengan uji t untuk mengetahui variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai thitung untuk variabel Kualitas Produk sebesar 5,622 dengan tingkat signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000. Oleh karena nilai thitung (5,622) > ttabel (1,67866) dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima artinya bahwa variabel bebas Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Prestasi Belajar, Kesiapan Kerja

***Abstract:***

*Beri, 2023. "The Influence of Product Quality and Price on NC Water Consumer Decisions at the Demangan Barat NC Mart Cooperative"Supervisors: (I) Ruski, M. Pd (II) Drs. Subandy Widjaya, M.Pd.*

*This research was made to analyze the effect of product quality and price on consumer decisions of NC water in West Demangan NC Cooperative. This study aims to determine whether: 1) To determine whether product quality has a partial effect on consumer purchasing decisions for NC water mineral water at the West Demangan NC Mart cooperative. 2) To find out whether prices have a partial effect on consumer purchasing decisions for NCwater mineral water at the Demangan Barat NC cooperative. 3) To find out whether product quality and price simultaneously influence consumer purchasing decisions for NCwater mineral water at the West Demangan NC Mart cooperative. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample of this study were 20 respondents or customers of NC water products at the West Demangan NC Mart cooperative. Data collection techniques in this study using a questionnaire. The results showed that in the simultaneous test, the Fcount value was 280.437 with a significance of 0.000. Because the value of Fcount is 280.437 > Ftable (2.81) and the resulting significance value is 0.000 and this value is much smaller than α = (0.05), it can be concluded that H0 is rejected and H1 is accepted. This means that the variable Product Quality, Price, and Consumer Satisfaction simultaneously have a significant effect on the Purchase Decision variable. And in partial testing with the t test to find out the Product Quality variable on Purchase Decision, the tcount value for the Product Quality variable is 5.622 with a resulting significance level of 0.000. Because the tcount (5.622) > ttable (1.67866) and the resulting significance value of 0.000 is less than 0.05, H0 is rejected and H1 is accepted meaning that the independent variable Product Quality partially has a significant effect on the dependent variable Purchase Decision.*

***Keywords:*** *Product Quality, Price, Consumer decision*

**PENDAHULUAN**

P

erkembangan bisnis di era ini telah berkembang sangat pesat sekali dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di setiap katagori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap perubahan yang terjadi serta menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen atau pelanggan sebagai tujuan utama. Tidak terkecuali itu usaha penyajian makanan ataupun minuman yang dari warung kecil sampek dengan warung yang berkatagori besar. Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Nanang Martonon (2015) dan Sudaryono (2017) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, yaitu sebuah metode yang bertujuan menggambarkan fenomena atau keadaan sosial yang ada di masyarakat saling berhubungan satu sama lain.

Menurut Sugiyono (2015:60) menjelaskan, variabel dapat diartikan sebagai atribut seorang individu atau objek yang memiliki “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek lainnya. Sedangkan Sudaryono (2017:15) mengatakan variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen : 1. Variabel Independen (X) Variabel independen atau sering disebut variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam SEM (Structural Equation Modeling atau Pemodelan Persamaan Struktual), variabel independen disebut sebagai variabel eksogen. (Sugiono, 2015:61) . 2. Variabel dependen (Y) Variabel dependen menurut sugiyono (2016), bahwa variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel independen.

Teknik analisis data memegang peranan penting dalam pengolahan data kuantitatif. Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab semua pertanyaan dan hipotesis yang telah ada.Menurut Sudaryono (2017:344), teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni: 1. Uji Validitas Uji validitas berasal dari kata validity yang berarti kesahihan atau sejauh mana ketetapan dan ketepatan ukuran memenuhi tujuan dari alat ukurnya (Sudaryono, 2017:301). Suatu tes atau instrumen dapat disebut mempunyai validitas yang tinggi jika alat tersebut memenuhi tugas pengukurannya atau memberikan hasil pengukuran yang setara. Data dianggap valid jika r hitung > dari r tabel dan bernilai positif. (Ghozali, 2013:52). 2. Uji Reliabilitas. Menurut Riyanto, Slamet dkk (2020: 75) Uji reliabilitas merupakan ketetapan alat dalam mengukur apa yang diukurnya. Secara ekternal pengujian dapat dilakukan dengan tes. Secara internal, reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis keutuhan bagian-bagian instrument menggunakan teknik tertentu. 3. Uji Normalitas. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan histogram plot, kurva probabilitas normal, dan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas citra untuk melihat apakah citra mendekati kurva normal. Jadi tes jenis ini memiliki skor subjektif dan bukan ukuran angka yang aman. Uji kepercayaan normal dengan kurva probabilitas normal dilakukan dengan melihat gambar plot probabilitas untuk melihat apakah titik-titik hasil pengujian berada di sekitar garis diagonal. Jika hasilnya mendekati diagonal, maka data dianggap normal. Uji Kolmogorov-Smirnov bertujuan untuk membandingkan nilai probabilitas yang diperoleh dengan tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu α = 0,05 . 4. Uji Hipotesis. Untuk membuktikan seberapa besar.Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsuen NC *Water* Di Koperasi NC Mart Demangan Barat Maka, dilakukan pengujian dengan hipotesis statistik sebagai berikut : a. Uji T (uji parsial) Menurut Septiana, dkk (2019:56) Uji-t pada dasarnya menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel independen sendiri menjelaskan variasi variabel dependen. Uji regresi parsial dirancang untuk menentukan apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen, mengingat variabel lainnya konsultan. Menurut Septiana, dkk (2019:57) “uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel bebas yaitu prestasi belaja terhadap variabel terikat yaitu kesiapan kerja secara parsial”. Kriteria yang digunakan dalam melakukan uji-t adalah: Jika probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 dan t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka variabel independen secara individual memberikan pengaruh signifikan. Sebaliknya, bila probabilitas signifikansi lebih dari 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. B. Uji Determinasi. Dengan menggunakan nilai 2R, kita menentukan berapa persentase variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui tingkat akurasi tertinggi dari analisis regresi yang dinyatakan dengan besarnya koefisien determinasi (2 R) antara nol dan satu (0 < 2 R < 1). Jika koefisien determinasi adalah 0, berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, dengan kata lain model tidak menjelaskan variasi variabel dependen sekecil apapun. Sekalipun koefisien determinasi mendekati satu, berarti variabel bebas selalu lebih besar pengaruhnya terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, model dianggap lebih baik jika koefisien determinasinya mendekati satu.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pengaruh Kuaitas Produk Dan Harga Terhadap Kuaitas Produk Harga Terhadap Keputusan Konsuen NC *Water* Dikoperasi*.*Sesuai hasil penelitian yang sudah dilakukan menggunakan IMB SPSS Statistik 25 menunjukkan bahwa ada Pengaruh Kuaitas Produk Dan Harga Terhadap Kuaitas Produk Harga Terhadap Keputusan Konsuen NC *Water* Dikoperasi. Karena variabel Kuaitas Produk memberikan pengaruh positif sebab variabel menunjukkan nilai signifikansi 0,05<0,000 dan t-hitung > t-tabel atau 7,853 > 2,042, disimpulkan bahwa Ho ditolak & Ha diterima, artinya variabel prestasi belajar memberikan Pengaruh Kuaitas Produk Dan Harga Terhadap Kuaitas Produk Harga Terhadap Keputusan Konsuen NC *Water* Menurut Alfianto (2013) dalam jurnal Ratnawati (2016), keberhasilan belajar memberikan rasa percaya diri yang tinggi bagi setiap orang ketika memasuki kehidupan profesional. Jadi jika Anda memiliki poin pembelajaran yang baik, Anda dapat memupuk rasa percaya diri yang tinggi setiap orang ketika Anda memasuki kehidupan profesional. Didukung penelitian Setyaningrum, Sawij dan Ninghardjant (2018), pembelajaran berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dipastikan saat memasuki dunia kerja, oleh karna itu Kuaitas Produk Harga Terhadap Keputusan Konsuen NC *Water* harus meningkatkan soft sekill dan sebagai mana teori yang disampaikan oleh alfianto (2013) terhadap Terhadap Keputusan Konsuen NC *Water*. Meskipun hal tersebut tidak menjamin untuk mendapatkan kerja lebih cepat dari lainnya namun kualitas individu itu sangat ditentukan dari prestasi yang didapatkan dibangku perkuliahan.

**SIMPULAN**

Penelitian ini bersifat verifikasi dengan menggunakan data primer untuk menjawab pokok permasalahan dan menjabarkan tujuan penelitian yang nantinya diperoleh dari hasil angket dan dokumentasi secara langsung kepada responden untuk memperoleh data utama penelitian dan melengkapi penjelasan-penjelasan akan penelitian. Alasan dipilihnya penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar dampak kualitas produk dan harga NCwater terhadap keputusan konsumen agar dapat membelinya

data diperoleh dari pengisian kuesioner yang dibagikan kepada responden. Sesuai hasil dari Analisa Kuaitas Produk Harga Terhadap Keputusan Konsuen NC *Water* maka dapat disimpulkan sebagai berikut. keputusan konsumen agar dapat membelinya oleh sebab itu variabel Harga menunjukkan nilai signifikansi 0,05<0,000 dan t-hitung>t-tabel atau 7,853 > 2,042, disimpulkan bahwa HO ditolak & HI diterima, artinya variabel prestasi belajar memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen agar dapat membelinya

**DAFTAR PUSTAKA**

Aditya Sulis Martopo (2015). *Pengaruh kualitas produk, citra merek dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian pada produk jamu tolak angin PT. Sido Muncul*.

.

Ajrani Ilza. 2015. *Pengaruh harga dan kualitas prodak terhadap keputusan pembelian*. Naskah Publikasi.

Alma, Buchari. 2013*. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Alma, Bukhori. 2011. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Afabeta, Arief Bowo Prayoga (2015). *Pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen produk Enervon-C*.

Assauri, Sofjan. 2013*. Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasran Strategik*. Yogyakarta. Andi.

Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.

Hakim, R, dan Septiana, A 2019. *Ekonometrika dasar. Pamekasan*: Duta Media Publishing.

Hatane Samuel Foedjiawati (2015). *Pengaruh kepuasan konsumen terhadap kesetiaan merk di restoran The Time & Ribs Surabaya*.

Keegan, Warren J. 2014.*Global Marketing*. 4th Edition International Edition. Prentice Hall, USA

Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Kotler Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke 15. Penerbit Pearson Education Limited 2016.