



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral pada Konsumen di Wilayah Jakarta Barat

Denny Erica

Universitas Bina Sarana Informatika

Zuniar Kartika

Universitas Bina Sarana Informatika

Alamat: Kampus Kramat 98 Jl. Kramat Raya No.98, Senen, Jakarta Pusat 10450 tlp. (021) 23231170, Fax. (021) 21236158, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Prov. D.K.I. Jakarta

Korespondensi penulis: zuniarkartika396@gmail.com

Abstract. *The method used is a survey with a sample of consumers using mineral water products. This research employs a quantitative approach. A non-probability sampling technique with a purposive sampling method is used in selecting research samples, resulting in 96 respondents for this study. The study employs tests for data quality, classical assumption tests, hypothesis testing, and coefficient of determination tests. The results indicate that the regression equation is $Y = 3.233 + 0.160 (X_1) + 0.229 (X_2)$. Partially, price does not have a positive and significant effect on purchasing interest with a t -value of $1.379 < t$ -table 1.985 , while product quality has a positive and significant impact on buying interest with a t -value of $5.930 > t$ -table 1.985 . Simultaneously, both price and product quality have a positive and significant effect on buying interest with an F -value of $44.200 > F$ -table 3.09 , and the coefficient of determination test shows an adjusted R -square value of 0.487 , indicating that price and product quality influence purchasing interest by 48.7% , while other variables influence the remaining percentage.*

Keywords: *Product Quality, Price, Purchasing Decisions*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk air mineral pada konsumen di wilayah Jakarta Barat. Metode yang digunakan adalah survei dengan pengambilan sampel konsumen yang menggunakan produk air mineral. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam pemilihan sampel penelitian dengan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling dengan rumus matematika sederhana berjumlah 96 responden uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persamaan regresi $Y = 3,233 + 0,160 (X_1) + 0,229 (X_2)$. Secara parsial harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai thitung $1,379 < t$ tabel $1,985$ dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai thitung $5,930 > t$ abel $1,985$. Secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh

Received Desember 15, 2024; Revised Desember 25, 2024; Accepted Januari 08, 2025

*Zuniar Kartika, zuniarkartika396@gmail.com

positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai Fhitung $44.200 > F_{tabel} 3,09$ dan uji koefisien determinasi dengan nilai adjusted R square 0,487, maka harga dan kualitas produk mempengaruhi minat beli sebesar 48,7% dan sisanya dipengaruhi variabel lain.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, persaingan di pasar produk air minuman dalam kemasan semakin ketat. Asosiasi Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Indonesia (Aspadin) melaporkan bahwa permintaan air minum dalam kemasan di Indonesia tumbuh hingga 10% setiap tahunnya. Oleh karena itu, sejumlah perusahaan berupaya menarik minat konsumen dengan menyediakan berbagai barang dengan harga dan mutu yang berbeda-beda. Air Mineral, merek yang cukup dikenal di Indonesia, telah diproduksi sejak tahun 2015. Mineral dalam setiap tetes air mineral sangat alami karena berasal dari mata air pegunungan yang berada 100 meter di bawah permukaan bumi. Air mineral mengandung kalsium, natrium, kalium, magnesium, bikarbonat, dan nitrat, serta berbagai mineral lainnya. Merek ini telah berhasil menciptakan citra baik di kalangan konsumen air minum yang bermutu.

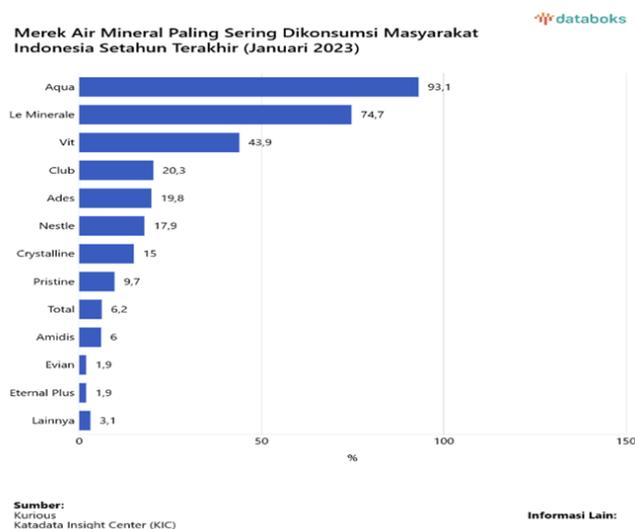
Tabel 1. Data Peningkatan Air Mineral

Nama Brand	2022	2023	2024
AQUA	57.20	55.10	46.90
Le Minerale	12.50	14.50	18.80
Ades	6.40	5.30	5.50
Cleo	4.20	4.20	5.10
Club	3.80	3.50	3.30

Top Brand Fase Le Minerale tahun 2020-2024

Menurut tabel 1, penjualan air minum dalam kemasan merek Le Minerale naik sebesar 14,50 persen pada tahun 2023 dan 18,80 persen pada tahun 2024, berbeda dengan merek air Aqua dan Ades yang mengalami penurunan tahunan. Le Minerale mengalami pertumbuhan secara signifikan setiap tahunnya secara konsisten dalam kenaikannya. Pada survei yang dilakukan oleh Kurious dari Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2023,

Le Minerale mendapatkan sebanyak 74,7% responden mengatakan sering mengonsumsi air mineral dalam setahun terakhir, Le minerale yang paling banyak dikonsumsi pada urutan ke dua oleh konsumen Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk Le Minerale dapat bersaing dengan merek seperti Aqua, Vit, Club, Ades, dan lainnya. Maka dapat dinyatakan bahwa Le Minerale memiliki strategi yang baik untuk menciptakan produk yang bermutu yang baik dan harga yang ekonomis.



Gambar 1. Data Air Mineral

Pada gambar di atas adalah data berbagai merek air minum. Merek air mineral yang paling sering dikonsumsi oleh Masyarakat Indonesia setahun terakhir (Januari 2023). Bagaimana mengembangkan penemuan baru yang dapat memuaskan pelanggan yang minum air mineral itu sendiri dalam hal mutu dan biaya yang wajar sehingga konsumen dapat membuat keputusan mereka sendiri, mengingat semakin banyaknya jenis air mineral yang harus mampu bersaing. Konsumen akan diperani oleh sejumlah variabel saat membuat pilihan ini, terutama yang terkait dengan harga dan kualitas produk.

Kualitas produk merupakan faktor utama yang dapat memengaruhi pilihan pembelian karena mencakup upaya untuk memenuhi atau melampaui harapan konsumen dalam barang, jasa, orang, prosedur, dan lingkungan. Menurut Sari, dalam kutipan (Pahmi, 2024). Karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan apabila menginginkan produk yang dapat bersaing di pasar.

Berdasarkan penelitian (Mukhliza Azizah Siregar, 2022). Kualitas produk merupakan suatu bentuk barang dan jasa yang dapat diukur dengan tingkatan standar mutu kendalan, fitur, kadar, cita rasa serta fungsi kinerja dari suatu produk yang dapat memenuhi ekspektasi konsumen ataupun pelanggan. Dalam konteks Air Mineral, kualitas air minum yang terjaga dan kemasan yang menarik menjadi nilai tambah bagi konsumen. Namun, meskipun kualitas produk tinggi, faktor harga juga memegang peranan penting dalam keputusan pembelian. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan daya beli masyarakat sangat berperan dalam ketetapan konsumen untuk memilih suatu produk.

Harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang menciptakan pendapatan, sedangkan komponen lainnya menciptakan biaya, menurut (Kotler dan Keller, 2012). Jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan sebagai pengganti atau pertukaran untuk berbagai barang, keuntungan, dan layanan yang akan mereka dapatkan dari suatu produk atau layanan dikenal sebagai persepsi harga.

Menurut sebuah studi (Romi Ismiati, 2019), mayoritas konsumen mendasarkan pilihan pembelian mereka pada harga, terlepas dari apakah harga tersebut sesuai dengan situasi keuangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor yang memengaruhi ketetapan konsumen. Berdasarkan kedua faktor diatas, peneliti tertarik mengetahui apakah adanya kualitas produk dan harga berperan signifikan dalam keputusan pembelian produk Air Mineral pada konsumen Jakarta Barat. Peneliti tertarik untuk menjadikan Air Mineral sebagai objek baru dalam mencari peran kualitas produk dan harga dalam keputusan pembelian

METODE PENELITIAN

Desain penelitian adalah rencana atau struktur penelitian yang membantu peneliti mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data. Desain penelitian sangat penting karena menentukan validitas dan kredibilitas hasil penelitian. Untuk memastikan bahwa penelitian dapat menjawab pertanyaan yang diajukan dengan cara yang terstruktur, akurat, dan teruji, pemilihan desain yang tepat sangatlah penting.

Menurut (Apriyantini & Sjaaf, 2021; Rizky et al., 2023) desain penelitian yang digunakan adalah *one group pre testpost test design*, artinya hanya satu kelompok yang dipilih secara acak yang menjadi subjek penelitian eksperimen, dan tidak ada tes yang

dilakukan untuk menentukan stabilitas dan kejelasan kondisi kelompok sebelum perawatan.

Desain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Quasi Eksperimen. Tujuan penelitian *quasi-experimen* adalah untuk memastikan bagaimana perawatan atau eksperimen memengaruhi ciri-ciri partisipan yang ingin dipelajari peneliti (Sugiyono, 2019).

Populasi dan Sampel

Berdasarkan pernyataan (Sudaryono, 2018; Sugiyono, 2019), populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan dasar generalisasi. Topik lengkap yang akan diukur, atau unit yang diteliti, disebut elemen populasi. Populasi dalam hal ini adalah kategori untuk generalisasi yang meliputi: item atau individu dengan jumlah dan atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan dari situ kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini yang menjadi populasinya yaitu penduduk kota Jakarta Barat, dengan rentang usia yang memutuskan untuk membeli dan mengonsumsi air mineral.

Berdasarkan pernyataan (Sugiyono, 2019), sampel mewakili sebagian dari ukuran dan komposisi populasi. Jika komunitas terlalu besar untuk diteliti secara keseluruhan karena alasan apapun, misalnya, karena kurangnya staf, uang, atau waktu, dimana peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* menurut (Emzir, 2020; Sudaryono, 2018) merupakan suatu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap komponen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penduduk Jakarta Barat.
2. Berusia 15-30 tahun ke atas.
3. Responden yang pernah atau mengonsumsi air mineral..

Penulis menghitung besarnya sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai alat ukur untuk memperkirakan berapa banyak sampel yang harus diperoleh untuk penelitian ini.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Menurut (Nasrullah & Waqfin, 2023) teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi dokumentasi, wawancara, dan observasi. Dengan pendekatan pemeriksaan keabsahan data, digunakan sumber data primer dan sekunder. Menurut (Octaviani, R., & Sutriani, 2019) analisis data merupakan proses untuk menyusun, mengategorikan, dan mencari tema atau pola dalam data untuk menentukan relevansinya. Pengorganisasian data memerlukan pengklasifikasian berbagai hal menurut tujuan penggunaannya, seperti tema, pola, atau klasifikasi. Penelitian, tesis, makalah, dan karya ilmiah lainnya yang sedang dibahas dapat menghadapi tantangan jika datanya tidak terorganisasi dengan baik. Pada penelitian ini digunakan berbagai uji seperti validitas dan reliabilitas data, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, regresi linear berganda dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menurut Arikunto dalam kutipan (Najib, M., & Nindiati, 2023) “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya dan sah dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data (mengukur) dapat diandalkan dan akurat. Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan valid.”

Untuk menetapkan nilai R_{tabel} penulis menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 dengan jumlah data (N) = 100, kemudian *degree of freedom* (DF) = $N-2$ jadi nilai df yaitu 98 sehingga didapat nilai $R_{tabelnya}$ 0,195. Maka data valid jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ yaitu 0,195. Berikut ini uji validitas yang diperoleh :

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,668	0,195	Valid
	X1.2	0,656	0,195	Valid

	X1.3	0,676	0,195	Valid
	X1.4	0,664	0,195	Valid
	X1.5	0,490	0,195	Valid
	X1.6	0,680	0,195	Valid
	X1.7	0,673	0,195	Valid
	X1.8	0,675	0,195	Valid
	X1.9	0,752	0,195	Valid
Harga	X2.1	0,674	0,195	Valid
	X2.2	0,763	0,195	Valid
	X2.3	0,743	0,195	Valid
	X2.4	0,713	0,195	Valid
	X2.5	0,641	0,195	Valid
	X2.6	0,744	0,195	Valid
	X2.7	0,675	0,195	Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0,651	0,195	Valid
	Y.2	0,724	0,195	Valid
	Y.3	0,714	0,195	Valid
	Y.4	0,650	0,195	Valid
	Y.5	0,640	0,195	Valid

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa nilai R hitung setiap item pertanyaan masing-masing variabel mempunyai nilai lebih besar dari nilai R tabel (0,195). Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data dari pertanyaan responden dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono dalam kutipan (Najib, M., & Nindiati, 2023) “Reliabilitas instrumen adalah suatu alat ukur yang, ini akan memberikan hasil data yang konsisten ketika digunakan berulang kali untuk mengukur hal yang sama. Perangkat lunak statistik SPSS digunakan untuk menganalisis data utama, dan jika nilai *Cronbach Alpha* lebih tinggi dari 0,60 atau $\alpha > 0,60$, data tersebut dianggap kredibel.” Berikut ini adalah hasil uji reliabilitasnya sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	0,835	> 0,60	Reliabel
Harga	0,833	> 0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,701	> 0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian mempunyai nilai masing-masing lebih besar dari nilai signifikan 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data dari masing-masing variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Menurut (Putri, 2023) Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang digunakan, baik dalam kelas eksperimen maupun kelas kontrol, berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov Smirnov*. Pada taraf relevansi 0,05, data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$. Berikut ini adalah hasil dari uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0575449
	Std. Deviation	2.41402450
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.060
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.187 ^c

Berdasarkan tabel 4 di atas menunjukkan tabel hasil uji normalitas diperoleh nilai Asymp. Sig. Sebesar 0,187. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp. Sig 0,187 > 0,05 yang artinya keseluruhan data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Prasetyo, 2023), tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah varians residual bervariasi di antara data model regresi. Heteroskedastisitas dapat diuji menggunakan berbagai teknik, termasuk uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Nilai absolut residual diregresikan dalam variabel independen dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas jika nilai relevansi lebih tinggi dari tingkat kepercayaan 0,05, menurut temuan probabilitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3.276	1.305		2.510	.014
Kualitas Produk	-.076	.042	-.234	-1.814	.073

Harga	.046	.051	.116	.900	.370
-------	------	------	------	------	------

Berdasarkan tabel 5 di atas hasil uji Glejser memperlihatkan bahwasanya nilai sig kualitas produk 0,073 dan harga 0,370, karena varians semua data dalam model regresi berganda tidak sama, tidak ada tanda heteroskedastisitas karena setiap variabel lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Menurut menemukan bukti korelasi antara variabel independen dalam model regresi merupakan tujuan dari uji multikolinearitas. Tidak boleh ada relasi antara variabel independen dalam model regresi yang sesuai. Uji ini ditunjukkan oleh nilai VIF dan toleransi; jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1, maka dikatakan bahwa data yang diteliti tidak memiliki multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.276	1.305		2.510	.014		
Kualitas Produk	-.076	.042	-.234	-1.814	.073	.600	1.667
Harga	.046	.051	.116	.900	.370	.600	1.667

a. Dependent Variable: Abs_RES

Pada tabel 6 hasil nilai *tolerance* uji multikolinearitas pada variabel mutu produk dan harga sebesar $0.600 > 0,1$ dan VIF sebesar $1,667 < 10$ yang berarti bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Husniah; et al., 2022) Tingkat kesejahteraan diperiksa dalam kaitannya dengan keadaan sosial ekonomi dan pemberdayaan ekonomi menggunakan Uji Regresi Linier Berganda.

Menurut (Ghozali, 2018) dengan mengubah nilai variabel independen sebagai faktor prediktor (menaikkan atau menurunkan nilai), peneliti dapat memanfaatkan analisis regresi linier berganda untuk meramalkan keadaan variabel dependen (kriteria). Pendekatan ini digunakan ketika adanya beberapa variabel independen dalam penelitian (minimal dua variabel independen).

Menurut rumus model analisis regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.904	1.990		-.454	.651		
Kualitas Produk	.010	.064	.021	.157	.876	.600	1.667
Harga	.021	.078	.035	.264	.792	.600	1.667

Berdasarkan tabel 7 hasil analisis regresi linear berganda antara kualitas produk dan harga menghasilkan persamaan model regresi :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = -0,904 + 0,010 (X_1) + 0,021 (X_2) + e$$

Rumus di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jika kualitas produk (X₁) dan Harga (X₂) tetap maka minat beli sebesar 0,904.

2. Keputusan pembelian akan naik sebesar 0,010 setiap unit yang harganya naik satu satuan dan turun sebesar 0,010 setiap unit yang harganya turun satu satuan.
3. Keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,021 setiap satuan peningkatan kualitas produk dan turun sebesar 0,021 setiap satuan penurunan kualitas produk.

Uji Hipotesis

1. Uji T

Menurut untuk memastikan signifikan korelasi r yang ditemukan, digunakan uji hipotesis t . Lebih jauh, uji ini berupaya untuk menentukan sebagian bagaimana faktor-faktor independen memengaruhi variabel dependen.

Jika nilai T hitung melebihi T tabel dan probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika T hitungnya kurang dari T tabel dan probabilitasnya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Nilai T tabel digunakan adalah nilai ke 97 dari tingkat 0,025. Pada T tabel menunjukkan angka sebesar 1,984.

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1(Constant)	6.823	1.835			3.719.000
Kualitas Produk	.178	.059	.309		3.026.003
Harga	.269	.072	.383		3.751.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa T hitung kualitas produk $> T$ tabel ($3,026 > 1,984$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,003 < 0,05$ jadi H_0 ditolak serta H_a diterima. Dan T hitung harga $> T$ tabel ($3,751 > 1,984$) dengan tingkat signifiikan nilai sebesar $0,000 < 0,05$ jadi H_0 ditolak serta H_a diterima. Sehingga

kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial dan signifikan dalam keputusan pembelian.

2. Uji F

Menurut (Nirwan, 2020) uji statistik f dilakukan untuk mengetahui peran variabel-variabel bebas secara keseluruhan dalam variabel terikat. Bila F hitung > F tabel dan relevan probabilitas < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima. Sebaliknya jika F hitung < F tabel dan relevan probabilitas > 0,05. Nilai F tabel dilihat pada N1 = 2 dan N2 = 93 maka nilai F tabelnya 3,09.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	316.187	2	158.093	31.344	.000 ^b
	Residual	489.253	97	5.044		
	Total	805.440	99			

Dari tabel 9 F hitung > F tabel (31,344 > 3,09) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 jadi Ho ditolak serta Ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan kualitas produk dan harga berperan pada ketetapan pembelian secara simultan.

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi variabel terikat, atau seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam variabel tersebut. Adapun rumus yang digunakan dalam uji ini yaitu sebagai berikut:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.380	2.246

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Pada tabel 11 di atas menunjukkan nilai R sebesar 0,627 yang artinya adanya relasi kuat antar variabel bebas dan terikat, R Square sebesar 0,393 yang menyatakan variabel bebas berperan sebesar 39,3% dalam variabel terikat sedangkan sisanya 60,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Pada Penduduk Kota Jakarta Barat

Hasil perhitungan uji T menunjukkan nilai T hitung mutu produk $>$ T tabel ($3,026 > 1,984$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,003 < 0,05$ jadi H_0 ditolak serta H_a diterima. Bahwa secara parsial variabel bebas kualitas produk (X1) berpengaruh positif secara signifikan dalam keputusan pembelian (Y) produk air mineral di Kota Jakarta Barat. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh dalam keputusan pembelian, yang artinya jika variabel kualitas produk ditingkatkan maka konsumen akan cenderung lebih puas dengan produk tersebut karena uang yang dikeluarkan sepadan dengan nilai yang diterima.

Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan uji T menunjukkan nilai T hitung harga $>$ T tabel ($3,751 > 1,984$) dengan tingkat signifikan nilai sebesar $0,000 < 0,05$ jadi H_0 ditolak serta H_a diterima. Bahwa secara parsial variabel bebas harga (X2) adanya pengaruh positif secara signifikan dalam keputusan pembelian (Y) pada produk air mineral di Kota Jakarta Barat. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh dalam keputusan pembelian, yang artinya jika variabel harga memiliki harga yang tinggi, konsumen cenderung menahan atau mengurangi intensitas pembelian, karena harga yang tinggi dapat menjadi penghalang bagi daya beli mereka. Sebaliknya, jika variabel harga memiliki nilai yang rendah, konsumen cenderung lebih terdorong untuk melakukan pembelian, karena harga yang terjangkau meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan uji F, pada tabel Anova F hitung $>$ F tabel (31,344 $>$ 3,09) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ jadi H_0 diterima serta H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji F variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan karena bagi responden, sebelum membeli produk air mineral responden melakukan pencarian informasi melalui media sosial untuk mengevaluasi kualitas produk dan harga yang ditawarkan, karena kedua faktor tersebut berpengaruh dalam keputusan pembelian. Responden ingin memastikan bahwa produk yang dipilih tidak hanya sesuai dengan harga, tetapi juga memenuhi standar kualitas yang diharapkan.

Implikasi Penelitian

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air mineral pada kota Jakarta Barat dengan pernyataan kuesioner Ukuran, bentuk atau struktur fisik produk sudah sesuai dengan lainnya responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 78 responden, Komposisi yang terkandung dalam air mineral terdapat dalam kemasan responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 72 responden, Kualitas air mineral sudah sangat baik responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 77 responden, Informasi terkait dengan kualitas air mineral tersampaikan dengan jelas kepada konsumen responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 65 responden, Pada kemasan sudah tertera tanggal kadaluwarsa/*expired* responden lebih banyak memilih sangat setuju sebanyak 70 responden, Kualitas produk air mineral sudah terdaftar pada BPOM responden lebih banyak memilih sangat setuju sebanyak 70 responden, Terdapat kemudahan pengembalian produk/jika cacat atau kesalahan produk pada kemasan air mineral responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 58 responden, sosialisasi terhadap produk air mineral sudah tersampaikan baik kepada konsumen melalui iklan responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 67 responden, Produk air mineral yang tersedia sudah memenuhi kebutuhan pelanggan/masyarakat responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 63 responden.

2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air mineral pada kota Jakarta Barat dengan pernyataan kuesioner Industri air mineral sudah memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal, responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 72 responden, Industri air mineral sudah berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 68 responden, Harga air mineral yang ditawarkan sudah sesuai dan memadai responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 62 responden, persepsi konsumen terhadap kualitas dan harga air mineral sudah sangat baik responden lebih memilih setuju sebanyak 67 responden, Harga sudah sesuai dengan kualitas produk air mineral yang ditawarkan kepada konsumen responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 70 responden, Strategi pemasaran perusahaan produk air mineral sudah menawarkan produk yang sesuai responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 71 responden, Harga yang tertera pada produk air mineral pada berbagai merk sangat menentukan keputusan pembelian konsumen responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 78 responden.
3. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air mineral pada kota Jakarta Barat dengan pernyataan kuesioner Konsumen selalu melihat harga dan kualitas produk dalam menentukan pembelian produk air mineral responden lebih banyak memilih sangat setuju sebanyak 73 responden, Iklan dan promosi menentukan keputusan pembelian terhadap produk air mineral responden lebih banyak memilih setuju 64 responden, Konsumen selalu membandingkan produk air mineral dalam menentukan keputusan pembelian responden lebih banyak memilih sangat setuju sebanyak 62 responden, Konsumen selalu melakukan evaluasi atas produk air mineral yang dibelinya responden lebih banyak memilih setuju sebanyak 60 responden, Konsumen akan membeli kembali produk air mineral yang dapat memberikan kepada konsumen responden lebih banyak memilih sangat setuju sebanyak 63 responden.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan serta hasil analisis dalam data yang diperoleh maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

Pertama, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian air mineral pada kota Jakarta Barat. Hal ini dilihat berdasarkan pengujian uji T menunjukkan nilai T hitung kualitas produk $>$ T tabel ($3,026 > 1,984$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,003 < 0,05$ jadi H_0 ditolak serta H_a diterima.

Kedua, harga berpengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian air mineral pada kota Jakarta Barat. Hal ini dilihat berdasarkan pengujian uji T menunjukkan nilai T hitung harga $>$ T tabel ($3,751 > 1,984$) dengan tingkat signifikan nilai sebesar $0,000 < 0,05$ jadi H_0 ditolak serta H_a diterima.

Ketiga, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian air mineral pada kota Jakarta Barat. Hal ini dilihat berdasarkan pengujian uji F menunjukkan nilai pada tabel Anova F hitung $>$ F tabel ($31,344 > 3,09$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ jadi H_0 ditolak serta H_a diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyantini, D., & Sjaaf, A. C. (2021). Evaluasi Pasca Pelatihan Pelayanan Darah Tenaga Ahli Teknologi Laboratorium Medik. *Proceedings.Ums.Ac.Id*, 47(4), 124–134. <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>
- Emzir. (2020). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (9th ed.). Badan Penerbit UNDIP.
- Husniah;, Saharuddin;, Anwar;, K., & Juliansyah, H. (2022). Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Dan Pemberdayaan Ekonomi Terhadap Tingkat Kesejahteraan Keluarga Di Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen. *Jurnal Aplikasi Ilmu Ekonomi*, 1(2), 106–107.
- Kotler dan Keller. (2012). *ko*.
- Mukhliza Azizah Siregar. (2022). *pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba*.
- Najib, M., & Nindiati, D. S. (2023). (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The

- Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 36–51. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9814>
- Nasrullah, A., & Waqfin, M. S. I. (2023). Inovasi Model dan Strategi Pembelajaran pada Mata Pelajaran Fiqih Kelas XI di MAUWH Bahrul Ulum Tambakberas Jombang. *Islamika*, 5(4), 1338–1357. <https://doi.org/10.36088/islamika.v5i4.3738>
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). (2019). Topik: Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data. *INA-Rxiv*, 1–22.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga : Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.
- Prasetyo, B. D. (2023). Pengaruh Earnings Per Share Dan Current Ratio Terhadap Stock Dividend Payout Ratio Pada KT Kalbe Farma TBK Periode Tahun 2016-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Entitas*, 3(1), 26–41.
- Putri, L. A. (2023). (2023). *Pengembangan Media Pembelajaran Audio Visual Bagi Peningkatan Kemampuan Mendemonstrasikan Keterampilan Tata Rias*. 8(2), 26–35.
- Rizky, M., Ihwanah, A., Aldri, M., Pratama, P., & Muthmainnah, A. (2023). The Influence of Learning Media Using the Assemblr Edu Application on Student Learning Interest in Class V Science Subjects at SD Palembang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 9552–9562. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/1499/1118>
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD* (27th ed.). Alfabeta.