



Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

14%



Overall Similarity

Date: Jan 8, 2025 (10:00 AM)

Matches: 628 / 4507 words

Sources: 34

Remarks: Moderate similarity detected, consider enhancing the document if necessary.

Verify Report:

Scan this QR Code



Jurnal Cakrawala Akademika (JCA) Vol. 1 No. 5 Februari 2025 E-ISSN: 3062-9942 , Hal 1564-1581 DOI:

<https://doi.org/10.70182/JCA.v1i5.3> <https://jurnalpustakacendekia.com/index.php/jca>

Received Desember 15, 2024; Desember 25, 2024; Accepted Januari 8, 2025 *Zuniar

Kartika, zuniarkartika396@gmail.com Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral pada Konsumen di Wilayah Jakarta

Barat 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 ⁴ 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 $1.379 < t\text{-table } 1.985$, while product quality

has a positive and significant impact on buying interest with a t-value of $5.930 > t\text{-table}$

1.985 . Simultaneously, both price and product quality ³ have a positive and significant

effect on buying interest with an F-value of $44.200 > F\text{-table } 3.09$, 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.

² 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 ¹⁶ 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 tabel 1,985. Secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai Fhitung 44.200 > Fabel 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.

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

1 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air

Mineral pada Konsumen di Wilayah Jakarta Barat 1566 JCA - Vol. 1 No. 5 Februari 2025 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. 14 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 3 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. ³ Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor yang memengaruhi ketetapan konsumen. Berdasarkan kedua faktor diatas, peneliti tertarik mengetahui apakah adanya ¹ 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; ⁴ 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.

¹ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air

2025 Desain 2 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), 27 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 30 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. 6 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 2 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 **23** 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 **12** 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

1 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral **31** pada Konsumen di Wilayah Jakarta Barat 1570 JCA - Vol. 1 No. 5 Februari 2025

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 Cronbach Alpha 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 Unstandardize d Residual N 100

1 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral pada Konsumen di Wilayah Jakarta Barat 1572 JCA - Vol. 1 No. 5 Februari 2025 Normal Parameters, b Mean .0575449 Std. Deviation 2.41402450 Most Extreme Differences Absolute .075 Positive .075 Negative -.060 Test Statistic .075 Asymp. Sig. (2-tailed) .187c Berdasarkan tabel 4 di atas menunjukkan tabel hasil uji normalitas diperoleh nilai Asymp. Sig. Sebesar 0,187. 5 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 ² 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 ² Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	B	Std. Error	Beta
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 ¹⁷ 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; ²⁴ 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 ¹⁸ Coefficientsa Model Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. Collinearity Statistics B Std. Error Beta Tolerance VIF

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	B	Std. Error	Beta	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. ¹² 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.

1 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air

Mineral pada Konsumen di Wilayah Jakarta Barat 1574 JCA - Vol. 1 No. 5 Februari

2025 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

25 (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. 11 Hasil Uji Regresi

Linear Berganda

Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	B	Std. Error	Beta	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				

Coefficients t Sig. Collinearity Statistics B Std. Error Beta 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 2 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 (X_1) dan Harga (X_2) 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

	2	Coefficients	Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	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 5 di atas menunjukkan bahwa T hitung kualitas produk > T tabel (3,026 > 1,984) dengan tingkat signifikan sebesar 0,003 < 0,05 jadi Ho ditolak serta Ha diterima. Dan T hitung harga > T tabel (3,751 > 1,984) dengan tingkat signifikan nilai sebesar 0,000 < 0,05 jadi Ho ditolak serta Ha diterima. Sehingga 1 kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial dan signifikan dalam keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air

Mineral pada Konsumen di Wilayah Jakarta Barat 1576 JCA - Vol. 1 No. 5 Februari 2025

2. Uji F Menurut (Nirwan, 2020) uji statistik f dilakukan untuk mengetahui peran variabel-variabel bebas secara keseluruhan dalam variabel terikat. 5 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

	2	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 5 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 32 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

	2	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the
1						

Estimate 1 .627a .393 .380 2.246 a. 33 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 2 variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. 1

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 9 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) 28 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 9 keputusan pembelian (Y) pada produk air mineral di Kota Jakarta Barat. Sehingga hal ini 19 dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh dalam keputusan pembelian, yang artinya jika variabel harga memiliki harga yang Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh dalam keputusan pembelian, yang artinya jika variabel harga memiliki nilai 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, 2 karena harga yang terjangkau meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Pengaruh 15

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.

1 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral pada Konsumen di Wilayah Jakarta Barat 1578 JCA - Vol. 1 No. 5 Februari 2025 Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji F **2 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 **9 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. **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 **13 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.

1 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. 1 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 26 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 13 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, **1 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.

1 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral pada Konsumen di Wilayah Jakarta Barat 1580 JCA - Vol. 1 No. 5 Februari 2025 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, **1 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 **5 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). **20 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). **21 Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9** (9th ed.). Badan Penerbit UNDIP. Husniah, Saharuddin, Anwar, K., & Juliansyah, H. (2022). **7 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). **1 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). 22 (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 4 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://jinnovative.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.

Sources

1	https://ojs.stan-im.ac.id/index.php/JSMA/article/view/30 INTERNET 3%
2	https://www.researchgate.net/publication/374378228_PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_DAN_HARGA_TERHADAP_MINAT_BELI_KONSUMEN_MARKETPLACE_LAZADA INTERNET 2%
3	https://www.researchgate.net/publication/328764400_The_Model_Of_Product_Quality_Promotion_Price_And_Purchase_Decisions INTERNET 1%
4	https://www.researchgate.net/publication/371489273_The_Influence_of_Learning_Media_Using_the_Assemblr_Edu_Application_on_Student_Learning_Interest_in_Class_V_Science_Subjects_at_SD_Palembang INTERNET 1%
5	https://www.academia.edu/15180948/One_Sample_Kolmogorov_Smirnov_Test_N_Normal_Parameters_a_b_Most_Extreme_Differences_Mean_Std_Deviation_Absolute_Positive_Negative_Kolmogorov_Smirnov_Z INTERNET 1%
6	http://repository.unpas.ac.id/30262/7/BAB_3_sa.pdf INTERNET <1%
7	https://ojs.unimal.ac.id/jaie/article/view/10322 INTERNET <1%
8	https://journal.utnd.ac.id/index.php/jmdb/article/download/813/419 INTERNET <1%
9	http://repository.ub.ac.id/id/eprint/211729/ INTERNET <1%
10	http://repository.stiemahardhika.ac.id/1688/2/16210111_-_BAB_I_MERLIYANA_RAFINALOKA.pdf INTERNET <1%
11	https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/12736/Lampiran_4.pdf?sequence=14 INTERNET <1%
12	https://www.faqirilmu.com/2022/03/pengertian-r-tabel-dan-download-r-tabel.html INTERNET <1%
13	https://www.academia.edu/116451338/Analisis_Loyalitas_Konsumen_Dalam_Pembelian_Produk_Air_Mineral_Kemasan_Botol_Menggunakan_Metode_Rantai_Markov INTERNET <1%

14	https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/90d6df0143ac01b/aqua-dan-le-minerale-dua-merek-air-mineral-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia INTERNET <1%
15	https://jurnal.inaba.ac.id/index.php/JIM/article/download/118/112 INTERNET <1%
16	https://eprints.ums.ac.id/93301/6/BAB IV.pdf INTERNET <1%
17	https://www.questionai.id/essays-eW7KTIGHS4/teknik-uji-multikolinearitas-yang-efektif-dalam INTERNET <1%
18	https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/11198/07.5 lampiran 5.pdf?sequence=15 INTERNET <1%
19	https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/article/download/4464/2368 INTERNET <1%
20	https://www.researchgate.net/publication/377087094_Evaluasi_Program_Pendidikan_Tinjauan_Terhadap_Efektivitas_dan_Tantangan INTERNET <1%
21	https://lib.undip.ac.id/index.php?p=show_detail&id=10436&in=Fakultas Kesehatan Masyarakat INTERNET <1%
22	http://lib.unnes.ac.id/61006/ INTERNET <1%
23	http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/2460/5/16.2300.172 BAB 4.pdf INTERNET <1%
24	https://sekolahstata.com/tutorial-uji-multikolinearitas-dan-cara-membaca-multikolinearitas/ INTERNET <1%
25	https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/11466/4/bab 3.pdf INTERNET <1%
26	https://repository.unika.ac.id/25063/5/16.D1.0288_BAB 4.pdf INTERNET <1%
27	http://repository.unpas.ac.id/61260/6/9. BAB III.pdf INTERNET <1%

28	https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIPER/article/download/9976/6336 INTERNET <1%
29	https://www.hops.id/unik/29410091995/fakta-unik-aqua-dan-le-minerale-yang-perlu-diketahui-ternyata-kandungan-mineralnya-beda INTERNET <1%
30	https://ruangjurnal.com/apa-itu-populasi-penelitian/ INTERNET <1%
31	http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/5843/3/A012191040_tesis_dp.pdf INTERNET <1%
32	https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/907/4/BAB III.pdf INTERNET <1%
33	https://ejournal.stiemp.ac.id/mp/article/download/209/74/145 INTERNET <1%
34	https://www.semanticscholar.org/paper/ANALISIS-DATA-DAN-PENGECEKAN-KEABSAHAN-DATA-Octaviani-Sutriani/a25a258f80b16ae42a090bea2f252ab565ff12cc INTERNET <1%

EXCLUDE CUSTOM MATCHES	ON
EXCLUDE QUOTES	OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	OFF