



Pengaruh Kualitas Produk Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Membeli Hortikultura Organik di Kebun Fakultas Teknologi Pangan Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa

Maria Yulita Menge¹, Sarlina Noni², Fiator Nong³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan, Universitas Nusa Nipa

Abstract

Received: 6 Januari 2023
Revised: 16 Januari 2023
Accepted: 25 Januari 2023

Product quality is one of the important factors that can influence purchasing decisions. The better the quality of a product, the more it will increase consumer interest in choosing and then making a purchase. A product can be said to be of high quality if the product is able to meet and satisfy customer needs. The research was conducted in the agricultural paratek garden from August 15 – December 17, 2022. Research objective: to find out: The Effect of Product Quality and Price Level on the Decision to Buy Organic Horticulture in the Garden of the Faculty of Food and Agricultural Technology, Nusa Nipa University. The an alysis method used is multiple linear regression analysis that diffuses to test the relationship between the dependent variable (Y) and two independent variables (X1 and X2). Based on the results of multiple linear regression analysis calculations, there is a positive and significant influence between product quality and price levels on purchasing decisions. With the calculation of the value of F count $127,621 > F_{tabel} 3.220$ or Significance $F 0.000 < 0.05$, it means that simultaneously there is a positive and significant influence between Product Quality and Price Level on Purchasing Decisions.

Keywords: Product Quality, Price Level, Buying Decision

(*) Corresponding Author: mengemaria5@gmail.com, sarlinanoni72@gmail.com

How to Cite: Menge, M., Noni, S., & Nong, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Membeli Hortikultura Organik di Kebun Fakultas Teknologi Pangan Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(3), 661-671. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7692402>

PENDAHULUAN

Kualitas produk yang baik, dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan produk kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada yang lain, perihal pengalaman-pengalaman menyenangkan yang dirasakannya dengan produk tersebut.. Jika melihat kualitas produk pada pertanian organik dipandang dari segi harga yang ditawarkan dapat dikatakan terjangkau dengan kualitas yang diberikan oleh produk tersebut .hal itu dapat diperkuat oleh konsistensi hortikultura yaitu kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau. (Peter,2013). Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan merupakan elemen lain yang menghasilkan biaya. Harga juga mengkomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan tersebut. (Kotler dan Keller, 2009).

Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian Dan Perikanan (FTP3) Universitas Nusa Nipa merupakan kebun produksi dan percontohan bagi mahasiswa. Kebun FTP3 berlokasi di Jl.Litbang Kelurahan Kota Uneng. Berbagai jenis tanaman hortikultura dibudidayakan secara organik, dengan produk yang



dihasilkan jelas lebih sehat dan memiliki permintaan pasar yang cukup tinggi. Para pedagang di pasar serta masyarakat dapat membeli dan memanfaatkan hasil produksi hortikultura organik untuk keperluan atau pemenuhan kebutuhan konsumsi keluarga.

Harga yang ditetapkan oleh Kebun FTP3 juga dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Kualitas dan harga menjadi salah satu faktor utama pembelian produk hortikultura organik karena produk– produk tersebut menggunakan pupuk organik, sehingga sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh, bagi orang yang mengkonsumsinya. Dengan kualitas produk dan harga yang ditawarkan yang sesuai, juga kualitas produk yang bagus dan harga yang murah dan dapat dijangkau masyarakat maka keputusan konsumen untuk membeli produk di kebun FTP3 sangat besar. Terlebih konsumen memiliki beberapa pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli dan mengkonsumsi produk organik. Untuk itu perlu diperhatikan Pengaruh Kualitas Produk Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Membeli Hortikultura Organik.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian kuantitatif yang dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan secara random (acak), proses pengumpulan data yaitu dengan menggunakan instrumen penelitian, Tujuannya yaitu untuk menguji hipotetsis yang telah ditetapkan sebelumnya. (Sugiyono,2012)

Waktu Penelitian dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan 15 Agustus - 17 Desember 2022. Berlokasi di kebun FTP3 Universitas Nusa Nipa

Variabel Penelitian

Variabel atau pengubah berarti sesuatu yang karakteristiknya atau nilainya berubah-ubah, berbeda-beda, atau bermacam-macam. Suliyanto (2018) variabel adalah atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lainnya.

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*Independent Variable*) merupakan tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Indriantoro dan Supomo, 2016). Sebagai variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Harga (X2).

2. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi variabel bebas (*Independent Variable*) (Indriantoro dan Supomo, 2016). Dalam penelitian variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

Sumber Data

Sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data disamping jenis data yang telah dibuat (Bambang, 2013).. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu data pimer dan data sekunder

1. Data primer yang digunakan dalam penelitian merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner, berupa data dari jawaban responden dari kuesioner yang dibagikan sesuai dengan sampel yang diperlukan pada pedagang atau pembeli yang datang membeli di kebun FTP3
2. Data Sekunder dilakukan dengan riset kepustakaan melalui dokumen atau catatan-catatan, literatur-literatur, jurnal-jurnal yang mendukung penelitian ini. Data yang diperoleh mengenai kebun FTP3, serta sumber data lain yang diperoleh dari buku yang menunjang penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Beberapa metode pengumpulan data antara lain:

a. Wawancara

Definisi wawancara merupakan sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono 2015:72). Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan dan merupakan cara memperoleh data yang bersifat langsung. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan kepala kebun berupa penjelasan data pelanggan kebun FTP3 UNIPA.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan yang akan digunakan bisa melalui respon, surat ataupun tatap muka (Ferdinand, 2006). Pertanyaan yang dilakukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Alur dari penelitian dilakukan dengan pengajuan pertanyaan yang kepada pelanggan kebun FTP3 UNIPA, kemudian data yang diperoleh dari kuesioner dianalisis dengan menghasilkan data berupa angka kuesioner berdasarkan variabel kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, alat pengukuran variabel yang digunakan adalah kuesioner dengan Skala likert. (SS: sangat setuju, S: Setuju, N: Netral KS: Kurang Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju). Skala pengukuran yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sanusi (2011). Skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan (Zuriah, 2009) Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli produk hortikultura organik di kebun FTP3 Universitas Nusa Nipa Maumere yang berjumlah kurang lebih 500 orang. Arikunto (2006) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik accidental sampling, yaitu responden yang pernah membeli produk hortikultura organik yang dihasilkan dari kebun FTP3 Universitas Nusa Nipa. Oleh karena itu sampel dalam penelitian ini sebanyak 45 orang.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengumpulan data untuk mengetahui seberapa cermat suatu dalam mengukur apa yang ingin diukur. Bila alat ukur tersebut memberikan hasil yang relatif sama dengan hasil pengukuran maka dapat dikatakan bahwa hasil pengukuran memiliki validitas yang memadai.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut dikatakan reliabel. (Ardianto Elvinaro, 2010)

Analisis Data

a. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang data-data penelitian seperti mean, standar deviasi, modus, median, dan lain-lain. Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis deskriptif dengan memberikan gambaran tentang jumlah data minimum, maksimal, mean, dan standar deviasi. (Hendryadi Suryani, 2015)

b. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah data normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan sebuah grafik. Dan uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov. Pengambilan keputusan untuk uji normalitas yang menggunakan metode uji kolmogorov-smirnov maka kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

a) Jika nilai signifikan $< 0,10$ maka H_0 ditolak.

b) Jika nilai signifikan $> 0,10$ maka H_0 diterima (Husein Umar, 2013)

c. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji linearitas menggunakan test for linearity dengan taraf signifikan 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila nilai signifikansi $< 0,1$. Uji linearitas merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi jika hendak melakukan perhitungan regresi linear sederhana dan berganda antar variabel. (Dwi Priyanto, 2014)

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolerasi

Uji multikolerasi yaitu untuk menguji ada tidaknya hubungan linear antara variabel bebas dengan variabel lainnya. Model asumsi regresi linear yang dihasilkan dapat dianggap baik apabila mempunyai pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel tak

bebas. Selanjutnya, model yang digunakan sebagai alat peramal melakukan pengujian terhadap keandalan model secara keseluruhan (uji silmultan) dan pengujian terhadap keandalan sebagian variabel (uji parsial).

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variasi residual dalam sebuah pengamatan sama atau tidak. Apabila variansnya tidak sama atau berbeda maka akan mengalami heteroskedastisitas, persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. (Danang Sunyoto, 2013)

Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel dependen (Y) dengan dua variabel independen (X) yang di uji disebut analisis regresi berganda. Variabel dependen pada peneitian ini adalah keputusan pembelian dan variabel (Y) independen adalah kualitas produk dan harga.

Persamaan regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian

a : konstanta

b₁ b₂ : Koefisien untuk variabel dependen

X₁: Kualitas Produk

X₂: Harga(Syamsir Torang,2014)

Uji Hipotesis

a) Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah t hitung diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasil berlaku ketentuan sebagai berikut:

a) Jika t hitung > dari t tabel atau -t hitung < -t tabel maka H₀ ditolak.

b) Jika -t tabel < t hitung < t table maka H₀ diterima.

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji f biasanya disebut dengan uji ANOVA analisis varian (uji koefisien rergresi secara simultan). Tujuan dari uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien regresi di uji bersama-sama dengan menggunakan ANOVA, untuk mengetahui apakah pengaruh signifikan, 0,1 (a=10%). Uji f digunakan untuk menguji semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap varibel terikat.

c) Uji Koefisien Determinasi(Uji R Square)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen terhadap variabel independen, Semakin besar nilai R² (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. (Mudrajad Kuncoro, 2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validasi Dan Reabilitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validasi

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r_{hitung} (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r_{tabel} . Jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (pada taraf signifikansi 5%) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas X

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R tabel (Taraf Signifikansi 5%)	Ket
Kualitas ProdukS	X11	.781**	0,294	Valid
	X12	.850**		
	X13	.794**		
	X14	.852**		
	X15	.763**		
	X16	.585**		
	X17	.509**		
	X18	.504		
Tingkat Harga (X2)	X21	.815**	0,294	Valid
	X22	.527**		
	X23	.365*		
	X24	.777**		
	X25	.840**		
	X26	.833**		
	X27	.837**		
	X28	.847**		
Keputusan Membeli (Y)	Y11	.701**	0,294	Valid
	Y12	.751**		
	Y13	.726**		
	Y14	.773**		
	Y15	.761**		
	Y16	.799**		
	Y17	.643**		
	Y18	.518**		

Berdasarkan data pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai dari r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti untuk uji kualitas data yang ditunjukkan dari uji validitas bahwa variabel kualitas produk (X1), Tingkat harga (X2) dan keputusan pembelian produk (Y) adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai α . Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha >$ 0,60 yaitu bila penelitian

ulang dengan waktu dan variabel yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Tetapi sebaliknya bila $\alpha < 0,60$ maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan variabel yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda. Untuk lebih jelasnya hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,804	0,60	Reliabel
Tingkat Harga (X2)	0,873	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,879	0,60	Reliabel

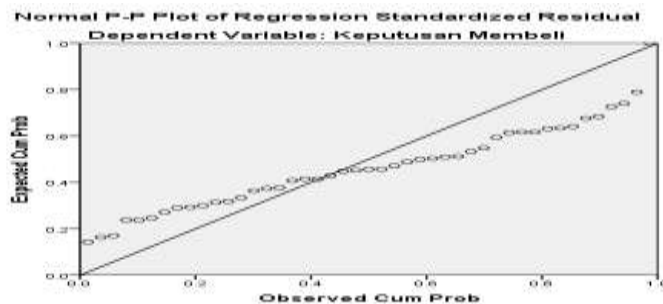
Sumber : Hasil Olahan Kuesioner, Januari 2023

Berdasarkan data pada tabel di atas, hasil yang diperoleh setelah uji reliabilitas menunjukkan bahwa, untuk variabel kualitas produk (X1), Tingkat harga (X2) dan keputusan pembelian (Y) bisa di uji selanjutnya atau seluruh variabel menunjukkan nilai yang *reliabel* yaitu di atas standar reliabilitas yakni 0,60.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau *residual* mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil uji *normalitas* dapat dilihat dari gambar Normal P-P Plot berikut:



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa sebaran titik-titik pada Gambar *Normal P Plot* relatif mendekati garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa Data residual terdistribusi normal. Data residual terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

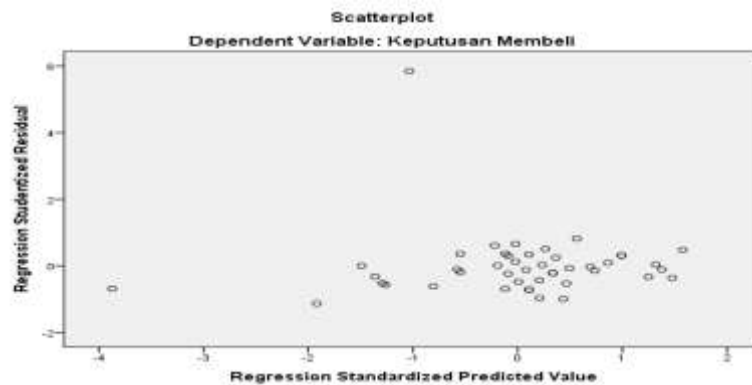
Tabel 3
Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas produk	.115	8.694	Non. Multikolinieritas
Tingkat Harga	.115	8.694	Non. Multikolinieritas

Berdasarkan data pada tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil perhitungan. Nilai *Tolerance* variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) yakni sebesar 0,115. Sementara itu hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kualitas produk (X1) dan harga (X2) yakni sebesar 8.694. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung Gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan membuat *Scatterplot* (alur sebaran) antara residual dan nilai prediksi dari variabel terikat yang telah distandarisasi. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar *scatterplot* (alur sebaran) sebagai berikut



Gambar 2

Uji Heteroskedastisitas

Dari Grafik Scatterplot tersebut terlihat titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini berarti tidak terjadi Heterosdastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi jumlah keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independennya

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisi regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya Pengaruh variabel independen dengan variabel dependen yang diukur dengan. Menggunakan koefisien regresi. Metode ini meghubungkan antara variabel independen dengan

Variabel dependen. Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk (Y). Adapun analisis regresi linear berganda, dapat

dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.
Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Variabel Bebas	Variabel Terikat	B	Beta	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	Keputusan Pembelian	.5	.505	.00	Signifikan
		.92		.5	
Harga	Keputusan Pembelian	.4	.43	.	Signifikan
		.59	.6	.01	
R = .927^a R Square = .859 F = 127.621 Sig .000					

Sumber lampiran 4.

Berdasarkan data pada tabel di atas, hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -1.214 + 0.592 (X1) + 0.459 (X2)$$

Berdasarkan persamaan tersebut diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien pada variabel kualitas produk (X1) bernilai positif yaitu sebesar 0,592, artinya setiap perubahan pada variabel kualitas produk (X1) sebesar 1% akan meningkatkan keputusan pembelian produk (Y) sebesar 0,592 dengan asumsi variabel harga (X2) dianggap konstan.
2. Nilai koefisien pada variabel harga (X2) bernilai positif yaitu sebesar 0,459 artinya setiap perubahan pada variabel harga (X2) sebesar 1% akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,459, dengan asumsi bahwa variabel kualitas produk (X1) dianggap konstan.

Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara parsial variabel bebas yang ada di dalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel Bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

Berdasarkan data pada tabel di atas, hasil uji hipotesis parsial (uji t) dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang ditunjukkan nilai signifikan $0.005 < 0,050$, sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hortikultura organik (Y).
- b. Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang ditunjukkan nilai signifikan $0,015 < 0,05$, sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima. Maka dapat disimpulkan

bahwa variabel harga (X₂) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hortikultura organik (Y)

2) Uji Simultan (Uji F/Uji Serempak)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut :

1. H₀ ditolak jika F hitung > F tabel
2. H₀ diterima jika F hitung < F tabel

Tabel 5. Uji F (Serempak)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
a	Regression	931.862	2	465.931	127.621	.000 ^b
	Residual	153.338	42	3.651		
Total		1085.200	44			

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli

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

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.11 nilai F hitung sebesar 127.621 Sedangkan Ftabel ($\alpha = 0.05$; db regresi = 2 : db residual = 42) adalah sebesar 3,220. Karena F hitung > F tabel yaitu 127.621 > 3,220 atau nilai sig F (0,000) < $\alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (Keputusan Pembelian) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas Kualitas Produk (X₁), Tingkat Harga (X₂).

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian secara simultan dan parsial. Dan dari sini dapat diketahui bahwa kedua variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian adalah Kualitas karena memiliki nilai koefisien beta (0.505) dan t hitung (2.951) yang paling besar.

6. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk menunjukkan berapa besar persentase variabel kualitas produk dan harga menerangkan variansi variabel keputusan pembelian hortikultura organik. Hasil pengujian koefisien determinasi model summary di atas, menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R²) sebesar 0,859 atau 85,9%. Jadi dapat dikatakan bahwa 85,9% keputusan pembelian hortikultura organik dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya 14,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi secara simultan didapatkan nilai F_{hitung} 127.621 > F_{tabel} 3,220 atau Signifikansi F 0,000 < 0,05, maka H_0 yang menyatakan tidak ada pengaruh positif yang signifikan Kualitas Produk dan Tingkat Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian ditolak dan H_1 yang berbunyi ada pengaruh positif yang signifikan Kualitas Produk dan Tingkat Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian diterima. Besarnya pengaruh secara bersama-sama atau kontribusi dari Kualitas Produk dan Tingkat Harga dapat dilihat pada *Adjusted R Square* sebesar 0.852. Hasil ini berarti variabel Kualitas Produk dan Tingkat Harga secara bersama-sama memberi kontribusi pada Keputusan Pembelian sebesar 85,2% dan sisanya sebesar 14,8% dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Priangani. 2013. Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. **Jurnal Kebangsaan**. Volume 2, Nomor 4. Bandung.
- Anwar Sanusi, 2011, *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta
- Effendi, U. (2010). *Definisi Online*. Retrieved november 11, 2011, from blog.binadarma.ac.id : <http://blog.binadarma.ac.id/usman>
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: PT Simbiosis Rekatama.
- Daryanto. 2011. **Sari Kuliah Manajemen Pemasaran**. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi kedua belas. jilid 1*. PT Index. kelompok Gramedia. Jakarta
- Nitisusastro, Mulyadi. 2017. *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Zuriah Nuzul, 2009, *Metodologi Penelitian Sosial Pendidikan Teori-Aplikasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara.