



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Tempe Mas Slamet di Pasar Induk Kabupaten Purwakarta Pada Tahun 2023

Muhamad Nurfatko Fiman¹, Endang Taufiqurahman²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Received: 1 Juni 2024
Revised: 17 Juni 2024
Accepted: 29 Juni 2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Tempe Mas Slamet di Pasar Induk Purwakarta tahun 2023. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Hair dengan jumlah sampel 155 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis rentang skala dan analisis jalur (Path Analysis) dengan bantuan Method of Succesive Interval (MSI), pada program komputer Microsoft Excel 2013 dan software SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk diperoleh hasil dengan skor 6.792 berada pada rentang skala 617-775 dengan kriteria setuju. Variabel Harga diperoleh dengan skor 6.145 berada pada rentang skala 614-651, dengan kriteria setuju. Variabel Keputusan Pembelian diperoleh dengan skor 6.200 serta berada pada rentang skala 620-775 dengan kriteria setuju. Hasil penelitian terdapat korelasi antara variabel Kualitas Produk dan Harga terdapat sebesar 0,822 dan memiliki tingkat hubungan sangat kuat dan searah. Terdapat pengaruh parsial Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yaitu sebesar 0,449. Terdapat pengaruh parsial variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian yaitu sebesar 0,338. Terdapat pengaruh simultan Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,641 atau 64,1 % sedangkan sisanya yaitu 0,369 atau 36,9 % dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kompetensi Sumber Daya Manusia, Pengendalian Intern, Kualitas Laporan Keuangan

(*) Corresponding Author: 1910631020239@student.unsika.ac.id

How to Cite: Fiman, M., & Taufiqurahman, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Tempe Mas Slamet di Pasar Induk Kabupaten Purwakarta Pada Tahun 2023. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 511-523. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13897601>.

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia memang sedang meningkat pesat setelah terjadinya pandemi. Pemerintah sendiri telah mengambil langkah dengan cara mendukung keberlangsungan UMKM sendiri, agar terciptanya lapangan pekerjaan baru dan tentunya dapat mengurangi angka kriminalitas di suatu daerah khususnya. UMKM sendiri dapat perhatian khusus dari beberapa instansi pemerintahan demi menghadapi situasi pemulihan ekonomi pasca pandemic dan diharapkan dapat bersaing dengan produk luaran yang berkembang saat ini.

UMKM Tempe yang masih memiliki kekurangan seperti tidak memiliki merek pada produk, kurangnya pengetahuan terhadap teknologi pemasaran. Dengan kurangnya sumber daya manusia untuk mengembangkan inovasi agar produk lebih menarik. (Valenthine et al., 2021) kebanyakan UMKM Tempe belum memiliki merek seperti yang di jelaskan diatas karena beberapa keterbatasan dan

GapTek (Gagap Teknologi) menjadi salah satu hambatan yang terjadi pada UMKM Tempe Mas Slamet.

Tempe adalah salah satunya makanan asli dari Indonesia, yaitu. Berasal dari kedelai yang difermentasi. Tempe adalah makanan sehari-hari sudah hampir beberapa hari semua orang Indonesia. Tempe dapat digunakan sebagai lauk yang dimakan dengan nasi atau sebagai makanan pembuka. Makanan atau cemilan yang lebih modern berasal dari bahan utama tempe banyak masyarakat mulai berinovasi dari tempe keripik dengan rasa yang berbeda hingga kue dan nugget tempe. Salah satu alasan kemunculannya aneka olahan tempe mudah untuk menemukan bahan utama. Aksesibilitas tempe ada di semua lapisan masyarakat, dari desa ke kota.

Wabah virus covid membuat kondisi ekonomi mengalami perubahan yang sangat terasa dikalangan industri UMKM itu sendiri. Oleh karena itu, persaingan menjadi lebih ketat antar produsen UMKM Tempe yang ada di Plered selain persaingan yang ada di pasar tentunya persaingan antar produk UMKM menjadi semakin ketat.

Kualitas produk dan harga dapat menentukan keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen, kualitas produk menjadi perhatian karena semenjak pandemi covid-19 banyak mengalami perubahan diantaranya harga bahan pokok dari tempe sendiri yaitu kacang kedelai, kacang kedelai mengalami beberapa kali perubahan harga semenjak pandemi melanda dunia efek yang diberikan oleh kenaikan harga bahan baku tempe, tahu, dan oncom memberikan efek yang sangat terasa bagi produsen rumah tangga UMKM Tempe Tahu dan Oncom di Plered khususnya. Oleh karena itu, diperlukan adaptasi dan evaluasi serta inovasi baru perihal kualitas produksi agar dapat bersaing di pasaran, produsen UMKM sendiri tentunya perlu menerapkan standarisasi kualitas produk agar dapat meningkatkan kualitas produk yang di keluarkan ke pasaran.

Menurut Enawati (2019) bahwa kualitas produk adalah faktor-faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian setiap pelanggan produk. Semakin tinggi kualitas produk, semakin banyak meningkatkan minat konsumen untuk membeli suatu produk (Andini, 2020). Bahwa kualitas produk keadaan dinamis yang terkait dengan produk, orang atau tenaga kerja dan lingkungan untuk memuaskan setiap konsumen.

Agar mencapai kualitas produk yang diinginkan UMKM harus menetapkan standarisasi kualitas produk tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk melindungi produk-produk dapat memenuhi standar yang ditetapkan dengan cara ini Konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk tersebut Khawatir. Pengalaman pelanggan saat membeli produk yang bagus atau secara signifikan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Oleh karena itu, pengusaha harus mampu menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Kebutuhan yang tidak memenuhi harapan konsumen harus cepat industri rumah tangga UMKM menanggapi dengan upaya pengembangan produk sesuai harapan konsumen.

Kualitas produk dan harga dari produk tempe kerap menjadi masalah di Pasar Induk Purwakarta ketika terjadi kenaikan harga bahan pokok yang di akibatkan kenaikan harga BBM atau bahan bakar minyak serta perubahan cuaca yang ekstrim, bahan baku kerap menjadi masalah besar bagi produsen UMKM tempe karena produsen tidak mendapatkan jatah bahan baku yang berkualitas karena kelangkaan produk bahan baku tersebut. Selain dari itu kendala perubahan cuaca

tentunya tidak dapat dihindari oleh produsen UMKM tempe mas Slamet, akibatnya terkadang terdapat beberapa produk yang gagal di kirimkan ke pasaran karena terkendala kualitas produk yang tidak sesuai dengan standarisasi dari UMKM tempe Mas Slamet.

Harga adalah nilai yang ditunjukkan oleh pelanggan, atau pelanggan yang dihabiskan untuk sesuatu. Saat ini, bagi perusahaan harga merupakan salah satu dari sekian banyak elemen pasar perdagangan, kemudian menghasilkan pendapatan bagi produsen tersebut (Rissa Mustika Sari, 2021). Harga menjadi patokan value suatu produk, semakin tinggi harga dari produk tersebut maka semakin tinggi juga nilai dari suatu produk tersebut.

Selain kualitas produk yang menjadi masalah bagi produsen tempe rumahan, harga juga kerap menjadikan permasalahan yang serius ada masanya dimana harga tempe naik beberapa persen yang diakibatkan oleh hal yang sama yaitu kenaikan harga bahan baku yang diakibatkan kelangkaan dan kenaikan BBM. Produsen tempe mengeluh dengan keadaan seperti itu, UMKM tempe sering mengalami kerugian akibat kenaikan dan kelangkaan bahan baku. Permintaan pasar yang selalu menginginkan produk dengan kualitas yang bagus menjadi tantangan sekaligus permasalahan yang serius bagi produsen tempe di Pasar Induk Purwakarta. Oleh karena itu, perlu perhatian dan fokus dalam melakukan evaluasi terhadap produk karena dapat berpengaruh terhadap harga dan keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian konsumen UMKM Tempe kerap menjadi tak menentu melihat kualitas produk dan harga yang berbeda diantara produsen-produsen tempe yang ada di Pasar Induk Purwakarta. Konsumen-konsumen yang tersedia di Pasar Induk Purwakarta ini beragam-ragam, seperti ibu rumah tangga, pedagang gorengan, pedagang warungan, dan penjual sayuran. Melihat keputusan pembelian yang tidak dapat diprediksi sangat menarik untuk diperdalam dan tentunya akan menjadikan wawasan dan pengetahuan baru bagi produsen tempe di Plered khususnya.

Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap hari, dan keputusan pembelian adalah fokusnya titik upaya pemasaran (Bheben Oscar, S.MB., 2020). Sebagian besar perusahaan besar meneliti keputusan pembelian konsumen di Indonesia sangat detail untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang dibeli konsumen, di mana mereka membeli, bagaimana dan bagaimana banyak yang mereka beli, ketika mereka membeli, dan mengapa mereka membeli.

Latar belakang masalah yang terjadi pada UMKM Tempe Mas Slamet adalah kualitas produk yang harus ditingkatkan, penentuan harga yang harus berimbang dengan harga bahan baku dan pangsa pasar agar keputusan pembelian yang terjadi sesuai dengan target yang telah di tentukan.

UMKM Tempe Mas Slamet sendiri memiliki produk unggulan yaitu Tempe yang memiliki perbedaan dengan produk tempe yang lainnya yaitu “Tempe Super” tempe tersebut memiliki tekstur serta kualitas diatas tempe yang tersedia di UMKM Tempe Mas Slamet sendiri.

Sistem pembukuan yang masih manual menjadikan salah satu faktor kelemahan dari UMKM yang diteliti, oleh karena itu dengan system pembukuan yang seperti diatas menjadi kendala dalam mendapatkan data untuk di teliti, namun jika dibandingkan dari survey di Pasar Induk Purwakarta yang telah di ketahui bahwa UMKM Tempe Mas Slamet sendiri merupakan dengan data penjualan

tertinggi yaitu bisa memproduksi 2-3 kwintal kacang kedelai yang diolah menjadi tempe dan 30 kg kacang kedelai di olah menjadi tahu.

Berikut daftar Harga Produk UMKM Tempe Mas Slamet

Daftar Harga Produk UMKM Tempe Mas Slamet pada Bulan Februari Tahun 2023

Jenis Produk	Harga
Tempe Super	Rp. 6000
Tempe Daun	Rp. 5000
Tempe Plastik	Rp. 5000
Tahu	Rp. 5000

Sumber : Pemilik UMKM, Tahun 2023

Harga tersebut dihitung persatuan kecuali Tahu yang diukur perplastik yang berisikan 6 potong Tahu berukuran Sedang.

Permasalahan yang terjadi pada UMKM Tempe Mas Slamet yaitu Kualitas produk dan Harga menjadi fokus bagi penulis untuk membantu memecahkan masalah yang terjadi pada UMKM tersebut, penulis tertarik untuk membantu mengembangkan UMKM Tempe Mas Slamet sebagai bahan penelitian.

Harga yang diterapkan oleh UMKM Tempe Mas Slamet sesuai dengan kondisi yang dipengaruhi oleh kondisi harga bahan utama yaitu kacang kedelai. Maka dari itu dapat di ketahui data penjualan dari UMKM Tempe Mas Slamet sebagai berikut:

Data Penjualan UMKM Tempe Mas Slamet Perhari pada Bulan Februari 2023

NO	Jenis Produk	Jumlah Penjualan
1	Tempe Super	200 Potong
2	Tempe Daun	300 Potong
3	Tempe Plastik	350 Potong
4	Tahu	300 Kantong Plastik

Sumber: Pemilik UMKM, Tahun 2023

Data tersebut diambil dari hasil penjualan perhari, sehingga dapat diketahui seperti data diatas. Hal itu dikarenakan dengan sistem pembukuan yang masih kurang jelas pada UMKM Tempe Mas Slamet. UMKM tempe Mas Slamet ini menghabiskan kacang kedelai sebagai bahan baku utama pembuatan produk UMKM sebanyak 150 kg kacang kedelai/ hari untuk memproduksi produk UMKM tersebut.

Data Perbandingan Produksi UMKM Tempe Perhari di Pasar Induk Purwakarta

UMKM Tempe Mas Slamet	UMKM Tempe Makmur	UMKM Tempe Tolani	UMKM Tempe Robbi
150 kg	200 kg	100 kg	100 kg

Sumber : Beberapa pemilik UMKM, Tahun 2023

Penjualan UMKM Tempe Mas Slamet di Pasar induk purwakarta terbilang cukup tinggi dibandingkan dengan UMKM tempe lainnya yang tersedia di pasar Induk Purwakarta rata rata UMKM lain hanya menghabiskan bahan baku utama sebanyak 800-1.000 kg kacang kedelai untuk memproduksi produk UMKMnya.

Perbandingan harga Produk UMKM Tempe di Pasar Induk Purwakarta Pada Bulan Februari 2023

UMKM Tempe Mas Slamet		UMKM Tempe Makmur		UMKM Tempe Tolani		UMKM Tempe Robbi	
Jenis Produk	Harga	Jenis Produk	Harga	Jenis Produk	Harga	Jenis Produk	Harga
Tempe Super	Rp. 6000	Tempe Super	Rp. 5000	Tempe super	Rp. 6000	Tempe Super	Rp. 5000-6000
Tempe Daun	Rp. 5000	Tempe Daun	Rp. 3000	Tempe Daun	Rp. 4000-5000	Tempe Daun	Rp. 5000
Tempe Plastik	Rp. 5000	Tempe Plastik	Rp. 2000-5000	Tempe Plastik	Rp. 5000	Tempe Plastik	Rp. 5000
Tahu	Rp. 5000	Tahu	Rp. 4000-6000	Tahu	-	Tahu	-

Sumber : Beberapa Pemilik UMKM, Tahun 2023

Harga yang diterapkan UMKM Tempe mas slamet dan UMKM tempe yang tersedia di pasar Induk Purwakarta tidak jauh berbeda dari setiap UMKM nya, bahkan hampir rata rata memiliki harga yang sama, hanya terdapat pada tempe untuk potongan, UMKM tempe mas slamet memberikan kebebasan kepada konsumen yang ingin membeli dengan harga berapapun.

UMKM Tempe yang tersebar di Purwakarta memiliki kekurangan dalam hal Pembukuan yang tidak lengkap, kebanyakan UMKM Tempe hanya mengingat data produksi dan penjualan perhari. Oleh karena itu, penulis hanya mendapatkan informasi data perhari.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei, dimana penulis membagikan kuesioner untuk pengumpulan data. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan strategi penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Arikunto (2005:26) mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif tidak di maksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan

apa adanya tentang suatu variabel. Menurut Arikunto (2006:12) dengan penelitian kuantitatif, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini adalah untuk melihat, meninjau dan menggambarkan dengan angka tentang objek yang diteliti seperti apa adanya dan menarik kesimpulan tentang hal tersebut sesuai fenomena yang tampak pada saat penelitian dilakukan. (Putra, 2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Hipotesis

Korelasi antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2)

Korelasi antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan rumus t-hitung, berikut merupakan hipotesis dari kedua tersebut:

H0: $r_{X_1X_2} = 0$: Tidak terdapat korelasi antara Kualitas Pelayanan dan Harga

H1: $r_{X_1X_2} \neq 0$: Terdapat korelasi antara Kualitas Pelayanan dan Harga

Dengan kaidah pengambilan keputusan:

H0 diterima jika nilai t hitung $<$ t tabel atau nilai sig $>$ α

H0 ditolak jika nilai t hitung $>$ t tabel atau nilai sig $<$ α

Kualitas Pelayanan (X1) dengan Harga (X2) berhubungan pada tingkat yang signifikan (α) = 5%, *degree of freedom* (df) = (n-2) = 155 - 2 = 153, dan t tabel = 1,657

$$\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Diketahui:

$$r = 0,822$$

$$n = 155$$

Maka:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,822\sqrt{155-2}}{\sqrt{1-0,822^2}}$$

$$t = \frac{0,713\sqrt{153}}{\sqrt{1-0,675}}$$

$$t = \frac{13,490}{0,325}$$

$$t = 41,507$$

Nilai t_{hitung} untuk korelasi antara variabel Kualitas Produk dan Harga yaitu sebesar 19,243 dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, nilai *degree of freedom* (df) = (n-2) pada penelitian ini yaitu df = 155 - 2 atau sebesar 153. Penentuan nilai t_{tabel} berdasarkan df yaitu sebesar 1,657. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $41,507 > 1,657$ dan dapat dinyatakan bahwa H0 ditolak H1 diterima artinya bahwa terdapat korelasi antara Kualitas Produk dan Harga.

Berikut hasil analisis data dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Hasil Uji Hipotesis Korelasi antara Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga(X2)

Structural	Sig.	A	t hitung	t tabel	kesimpulan
$r_{X_1X_2}$	0,000	0,05	41,507	1,657	H0 ditolak

Uji Hipotesis Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Analisis hipotesis berpengaruh secara parsial antara masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

Hipotesis Pengaruh secara Parsial Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen dapat diketahui melalui pengujian statistika dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut:

H0: $\rho_{yx_1} = 0$ Tidak terdapat pengaruh parsial Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

H1: $\rho_{yx_1} \neq 0$ terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kriteria uji: Tolak H0 Sig. < α atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

Untuk pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat signifikan (α) = 5% degree of freedom (df) = (n-2) = 155 – 2 = 153 diperoleh $t_{tabel} = 1,657$. Berdasarkan tabel 4.50 diatas menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 6,534$ dan sig = 0,000. Pengaruh Kualitas Produk (X1) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperlihatkan pada tabel 4.51 sebagai berikut:

Pengaruh Parsial Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Structural	Sig.	A	t hitung	t tabel	kesimpulan
ρ_{yx_1}	0,000	0,05	6,534	1,657	H0 ditolak

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan sig (0,000) < α (0,05) dan t_{hitung} (6,534) > t_{tabel} (1,657) maka H0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Hipotesis Pengaruh Secara Parsial Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen dapat diketahui melalui uji statistic dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut:

H0: $\rho_{yx_2} = 0$ tidak terdapat pengaruh parsial Harga terhadap Kepuasan Konsumen

H1: $\rho_{yx_2} \neq 0$ Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Kriteria uji: Tolak H0 Sig. < α atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

Untuk pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen dengan tingkat signifikan (α) = 5% degree of freedom (df) = (n-2) = 155 – 2 = 153 diperoleh $t_{tabel} = 1,657$. Berdasarkan tabel 4.31 diatas menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 3,950$ dan sig 0,000. Pengaruh Harga (X2) secara parsial sebagai berikut:

Pengaruh Parsial Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Structural	Sig.	A	t hitung	t tabel	kesimpulan
ρ_{yx_2}	0,000	0,05	3,960	1,657	H0 ditolak

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan Sig. (0,000) < α (0,05) dan t_{hitung} (3,960) > t_{tabel} (1,657) maka H0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Hipotesis Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara simultan dapat diketahui pengujian statistic dengan menggunakan Hipotesis sebagai berikut:

H0: $\rho_{yx_1} \rho_{yx_2} \rho_{yx_1X_2} = 0$ Tidak terdapat pengaruh simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

H1: $\rho_{yx_1} \rho_{yx_2} \rho_{yx_1X_2} \neq 0$ Terdapat Pengaruh simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Kriteria Uji: Tolak H0 Sig. < α atau $f_{hitung} > f_{tabel}$

Untuk pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat signifikan (α) = 5% *degree of freedom* (df) = df1 = K-1 = 3 - 1 = 2 dan (df2) = n - K = 155 - 2 = 153 diperoleh $f_{tabel} = 2,270$ sedangkan f_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.53 sebagai berikut:

Hasil Perhitungan Nilai F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2236.263	2	1118.131	134.700	.000 ^b
	Residual	1261.737	152	8.301		
	Total	3498.000	154			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa $f_{hitung} = 134,700$ dan Sig. 0,000. Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperlihatkan pada tabel 4.54 sebagai berikut:

Tabel 4.1

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

Structural	Sig.	A	f hitung	f tabel	kesimpulan
$\rho_{yx_1x_2}$	0,000	0,05	134,700	2,270	H0 ditolak

Berdasarkan tabel 4.40 menunjukkan bahwa nilai Sig. (0,000) < α (0,05) dan f_{hitung} (134,700) > f_{tabel} (2,270) maka H0 ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Tabel Hasil Pengujian Uji t

Variabel	Sig.	t hitung	t tabel	Kesimpulan
Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1)	0,018	2,436	2,002	H0 Ditolak
Pengendalian Intern(X2)	0,000	4,738	2,002	H0 Ditolak

Didapat hasil hipotesis sebagai berikut:

Pengaruh parsial antara variable persepsi label halal terhadap keputusan pembelian (H1)

Berdasarkan table diatas diketahui nilai signifikan (Sig.) sebesar 0,018 < 0,05 dan t_{hitung} sebesar 2,436 > 2,002 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh

secara parsial antara variable Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1) Kualitas Laporan Keuangan (Y).

Pengaruh parsial antara variable citra merek terhadap keputusan pembelian (H₂)

Berdasarkan table diatas diketahui nilai signifikan (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $4,738 > 2,002$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Pengendalian Intern (X2) Kualitas Laporan Keuangan (Y).

Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Hasil Perhitungan Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	989.125	2	494.563	85.780	.000 ^b
	Residual	328.631	57	5.765		
	Total	1317.756	59			
a. Dependent Variable: Kualitas Laporan Keuangan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Pengendalian Intern (X2), Sumber Daya Manusia (X1)						

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan f_{hitung} $85.780 > f_{tabel}$ $3,16$ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variable Kompetensi Sumber Daya Manusia (X) dan Pengendalian Intern (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.751	.742	2.401135
a. Predictors: (Constant), Pengendalian Intern (X2), Sumber Daya Manusia (X1)				
b. Dependent Variable: Kualitas Laporan Keuangan (Y)				

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R²) sebesar 0,751 atau 75,1 %, maka variable Kualitas Laporan Keuangan (Y) dapat diterapakan oleh variable Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1) dan Pengendalian Intern (X2) atau dapat diartikan Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1) dan Pengendalian Intern (X2) memiliki kontribusi terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Y) sebesar 75,1%, sedangkan sisanya merupakan kontribusi dari factor lain yang tidak diteliti yang mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan (Y).

Pengaruh Parsial Antara Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1) Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan hasil bahwa Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Laporan Keuangan(Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil yang menunjukkan nilai koefisien dari variable Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1) sebesar 2,436 dengan tingkat signifikan 5% ($<0,05$). Hal ini selaras dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Putri Syukria Lubis (2018), Khoirina Kencana Ningrum (2018), dan Fahrul Khoiril Umam (2022) yang menunjukkan Kompetensi Sumber Daya Manusia secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Kualitas Laporan Keuangan dengan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$.

Pengaruh Parsial Antara Pengendalian Intern (X2) Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan hasil bahwa Pengendalian Intern (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil yang menunjukkan nilai koefisien dari variable Pengendalian Intern (X2) sebesar 4,738 dengan tingkat signifikan 5% ($< 0,05$). Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Greysela Cronica Manalu dan Novita (2021), Firdha Sary (2021), dan Aldy Pratama Putra (2022) yang menunjukkan Pengendalian Intern Manusia secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Laporan Keuangan dengan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$.

Pembahasan Pengaruh Simultan Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1) Dan Pengendalian Intern (X2) Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan hasil bahwa Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1) dan Pengendalian Intern (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Y). hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai signifikan $. 0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $(85,780) > (3,16)$ F tabel. Dengan demikian dapat diartikan bahwa hipotesis yang di ajukan yaitu, “Kompetensi sumber daya manusia dan pengendalian Intern berpengaruh secara simultan terhadap kualitas laporan keuangan. Hasil ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aldy Pratama Putra (2022), yang menunjukkan hasil variable independent secara Bersama-sama mempengaruhi variable dependen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kompetensi Sumber Daya Manusia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laporan keuangan PT TEMAS Tbk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT TEMAS Tbk memiliki sumber daya manusia yang berkompeten sehingga kualitas laporan keuangannya juga semakin baik.
2. Pengendalian Intern juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laporan keuangan PT TEMAS Tbk. Pengendalian intern PT TEMAS Tbk yang baik mengakibatkan laporan keuangan yang berkualitas.
3. Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Pengendalian Intern secara bersama-sama mempengaruhi kualitas laporan keuangan PT TEMAS Tbk.

DAFTAR PUSTAKA

- Adb. Rohman, M. A. (2017). *Dasar dasar manajemen*. [https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab 2.pdf?sequence=11](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab%202.pdf?sequence=11)
- Afidatur Ro'azah. (2021). Manajemen Pemasaran. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Andini. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.

- Arianti, M. S., Rahmawati, E., Prihatiningrum, D. R. R. Y., Magister,), & Bisnis, A. (2020). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dengan Menggunakan Statistical Quality Control (Sqc) Pada Usaha Amplang Karya Bahari Di Samarinda. *Edisi Juli-Desember*, 9(2), 2541–1403.
- Bheben Oscar, S.MB., M. . H. C. M. (2020). *Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army*. 10, 1–12.
- BINUS. (2021, August 21). MEMAHAMI KOEFISIEN DETERMINASI DALAM REGRESI LINEAR. *Accounting Binus*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>
- Burhanudin Gesi, Rahmat Laan, F. L. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Society*, 2(1), 1–19. http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_
- Cahya, A. D., Rahmawati, A. W., & Ningsih, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Sonder 543. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.11055>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Cindy Mega Puspita, A. B. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI. *Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro*.
- Dakhi, P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Distribusi Produk Sebagai Variabel Intervening (Penelitian Pada Konsumen Pt. Holly Kadoz Niasindo Telukdalam-Nias Selatan). *Pareto: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 1–17.
- Fenny Krisna Marpaung, Markus Willy Arnold S, Asyifa Sofira, S. A. (2021). *PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE*. 7, 49–64.
- Indriyani, R. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SARIAYU MARTHA TILAAAR*.
- Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319–324. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.284>
- M.Sesaria. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Mardianti, E. (2019). Perilaku Konsumen. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.

- Mutiarasani, C. (2019). *Analisis Data*. 59–77.
- Nirma, K. P. (2008). *Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Nirma*. 67–79.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret PENDAHULUAN Latar Belakang Masalah Perkembangan dan pertumbuhan trend perilaku berbelanja konsumen yang saat ini lebih mengutamakan kepraktisan dan kemudahan , maka timbul. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 150–159. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>
- Prof, D. S. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); Edisi kedua). ALFABETA, cv.
- Putra, E. A. (2015). ANAK BERKESULITAN BELAJAR DI SEKOLAH DASAR SE-KELURAHAN KALUMBUK PADANG. *Jurnal Ilmiah Penedidikan Khusus*, 4, 74.
- Rahayu Lestari, Kumba Digdowiseiso, D. S. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MELALUI DIGITAL MARKETING UMKM INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI KECAMATAN PANCORAN JAKARTA SELATAN SAAT PANDEMI COVID-19*. 7(3).
- Raynesa Noor Emiliyasi, E. K. (2020). Pendampingan Penerapan Manajemen Pemasaran Produk Home Industri Desa Cikadu. *Jurnal PARAHITA ABDIMAS Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 106–115.
- Rissa Mustika Sari, P. (2021). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEY PELANGGAN PRODUK SPREI RISE)*. 5(3), 1171–1184.
- safitri L. Jasmine. (2016). *Analisis Faktor- Faktor yang di Pertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Olahan Susu Segar di Kedai Susu Mom Milk Kota Surakarta*. 2507(February), 9–26.
- Sakinah, N. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>
- Samsu, S.Ag., M.Pd.I., P. . (n.d.). *METODE PENELITIAN : Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*.
- Satria Tirtayasa, Anggita Putri Lubis, H. K. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5.
- Setiawan, G. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta CV.
- Surabaya, K., Surabaya, K., Kesehatan, D., Surabaya, K., Correlation, P., Moment,

- P., Mei, B., Dbd, K., & Surabaya, K. (2014). *ANTARA KEJADIAN DEMAM BERDARAH DENGUE DENGAN KEPADATAN PENDUDUK DI KOTA SURABAYA PADA TAHUN 2012 - 2014 Pearson Correlation Analysis to Determine The Relationship Between City Population Density with Incident Dengue Fever of Surabaya in The Year 2012-2014.*
- Tifany. (2022). *6 Unsur Manajemen Menurut Para Ahli dan Fungsinya*. 22 November. <https://katadata.co.id/agung/ekonopedia/637cc40346bb3/6-unsur-manajemen-menurut-para-ahli-dan-fungsinya>
- Valenthine, F. M., Kuntum, A., Ari, R., & Tempe, P. (2021). *PENGEMBANGAN PERENCANAAN UMKM PRODUKSI TEMPE (HOME INDUSTRI) SAAT COVID-19 DI DESA GUNUNG SULAH*. 2(2).
- Williianti. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.