

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA TOKO BOUQUET FANA JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Oleh  
Airatul Fadriyah  
NIM. E20192312

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
SEPTEMBER 2023**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA TOKO BOUQUET FANA JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Airatul Fadriyah  
NIM. E20192312



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Dr. Hj Nurul Setianingrum, S.E., M.M.  
NIP.196905231998032001

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BOUQUET FANA JEMBER**

**SKRIPSI**

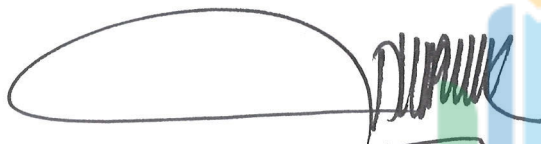
Telah disetujui dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program studi Ekonomi Syariah

**Hari: Kamis**  
**Tanggal : 30 November 2023**

**Tim Penguji**

Ketua

Sekretaris





**Dr. Hj. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si.**  
NIP. 197509052005012003



**Dr. Ahmad Fauzi, S.Pd., M.E.I.**  
NIP. 19811225202311011

Anggota:

1. Dr. H. Munir Is'Adi, S.E., M.Akun (  )
2. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M (  )

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.**  
NIP. 19681226 1996031001

## MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ  
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: Dan katakanlah “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga dengan Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan kembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang ghaib dan yang nyata, lalu beritakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan” (at-Taubah: 105)<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup> Al-Qur'ân, 9:105.

## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT dan do'a serta dukungan dari orang-orang terkasih, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan rasa syukur serta bahagia karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya ibunda “HJ. Satun ” dan ayahanda saya “Sanusih”, yang selalu menyayangi, serta selalu memberi dukungan moral ataupun materi serta do'a yang tidak pernah terhenti demi kesuksesan dan kelancaran saya dalam hal apapun.
2. Nenek saya Seyah, Ibu kedua saya yang selalu mendukung saya, serta memberikan do'a, rasa ikhlas penuh kasih sayang dalam mendidik. Terimakasih banyak atas segala pengorbanannya, yang tidak mungkin dapat dibalas oleh penuli. Semoga surga kelak menjadi balasan atas kasih sayang, cinta dan pengorbananmu, amin.
3. Kakak saya Rikza, yang selalu mendukung saya serta membatu biaya perkuliahan dengan ikhlas. Terimakasih untuk segala pengorbanannya..
4. Teman-temanku Indana Farah S. Siti Nuriyah dan Novita Ayudia Nabilah yang selalu memberi motivasi dukungan dalam proses skripsi.
5. Teman-teman dan sahabatku ES 07 angkatan 2019 program studi Ekonomi Syariah yang telah menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu selama menempuh pendidikan di UIN KHAS Jember.

## KATA PENGANTAR



Segala puji Syukur kepada Allah SWT atas segala kelimpahan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1), Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, Oleh karena itu, perkenankanlah penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang selalu membimbing kami dalam perkuliahan.
4. Ibu Sofiah, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Bapak Mashudi , S.E.I., M.E.I. Selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu sabar, memberikan semangat dan mendo'akan kami supaya segera menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.

6. Ibu Dr. Hj. Nurul Stianingrum, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta staf karyawan di Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
8. Seluruh civitas Akademik Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
9. Perpustakaan Universitas Islam Kiai Achmad Siddiq Jember yang sudah meberikan beberapa referensi jurnal untuk menyusun skripsi.
10. Ibu Kirana Arsyah S.pd selaku pemilik Toko Bouquet Fana yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Toko Bouquet Fana.
11. Semua pihak yang secara tidak langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam pembahasan dan penulisan pada skripsi ini jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan, maka kritik dan saran selalu peneliti harapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengembangan khazanah keilmuan kita semua.

## ABSTRAK

**Airatul Fadriyah, Nurul Setianingrum, 2023; *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bouquet Fana Jember.***

Kata Kunci : Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Pada saat ini, bouquet sudah menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan dan tidak ada matinya. Berbagai macam jenis produk yang ditawarkan dengan ragam kreatifitas yang menarik. Permintaan pesanan bouquet sudah mengikuti trend yang sedang berkembang. Hal ini juga bisa dilihat dari semakin maraknya usaha bouquet baik itu perusahaan sejenis maupun ibu ibu rumah tangga.

Rumusan masalah dalam penelitian ini 1). Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko bouquet fana? 2). Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko bouquet fana? 3). Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko bouquet fana?

Penelitian ini bertujuan 1). Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko bouquet fana. 2). Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko bouquet fana. 3). Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko bouquet fana.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner, analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Populasi diketahui sebanyak 90, Teknik pengambilan sampel dengan aksidental sampling

Hasil penelitian menunjukkan harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sedangkan kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sedangkan hasil uji F (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
F. Definisi Operasional.....	12
G. Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II KAJIAN PERPUSTAKAAN .....</b>	<b>16</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	16
B. Kajian Teori.....	21
1. Perilaku Konsumen.....	21
2. Kualita Produk.....	24
3. Keputusan Pembelian .....	25
4. Pengaruh Harga Terhadap Pembelian .....	27
5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian .....	28

C. Asumsi Penelitian .....	29
D. Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	32
B. Populasi dan Sampel.....	33
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	34
D. Analisis Data.....	35
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	41
B. Penyajian Data .....	42
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	46
D. Pembahasan.....	55
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran-saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>Lampiran-lampiran</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kategori dan Harga Bouquet Fana .....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Bouquet .....	6
Tabel 1.3 Indikator Variabel .....	12
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 4.1 Usia Responden.....	42
Tabel 4.2 Pendidikan Terakhir Responden .....	43
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	44
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Harga .....	45
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Kualitas Produk .....	46
Tabel 4.7 Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas .....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	53
Tabel 4.14 Uji T (Parsial).....	54
Tabel 4.15 ANOVA <sup>a</sup> .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konsep .....	29
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas .....	51



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat pihak suatu perusahaan untuk menggunakan strategi yang tepat bagi produk atau jasa yang dijualnya. Pihak perusahaan harus mengamati kondisi persaingan bisnis yang selalu berkembang atau berubah setiap saatnya.

Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber data yang dibutuhkan.<sup>2</sup> Pada saat ini, banyak orang memulai bisnis dengan kreativitas yang dimilikinya untuk bersaing dengan para pebisnis lain yang lebih terjun di dunia bisnis yang semakin berkembang, hal ini ditandai dengan tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Artinya kini perusahaan diharuskan untuk menciptakan inovasi-inovasi baru secara kreatif dalam memproduksi suatu produk atau jasa agar perusahaan tersebut mampu bertahan. Ada banyak strategi yang bisa dilakukan suatu perusahaan untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan bisnis, misalnya dengan strategi penetapan harga dan meningkatkan kualitas dan produk yang diproduksinya. Sudah menjadi rahasia umum bahwa harga merupakan suatu faktor penting dari banyaknya faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam menentukan pilihan pembeli. Harga telah menjadi aspek yang paling penting dalam

---

<sup>2</sup> Ainun Mardhiyah, "Persaingan Usaha Warung Tradisional Dengan Toko Modern," *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 8, no. 1 (2021), 91.

penetapan keputusan para pembeli. Maka secara garis besar harga ialah nilai lengkap yang diperjualbelikan pada pembeli untuk keuntungan memiliki barang atau jasa.

Pembeli Pada umumnya menyamakan harga barang mahal dengan kualitas bagus dan jika harga barang terlalu murah pembeli akan mempertanyakan mutu dari produk itu sendiri . Hal pertama yang biasanya dilihat saat seseorang berbelanja ialah harga, kemudian diikuti oleh beberapa pertimbangan lainnya. Suatu perusahaan hendaknya menetapkan harga yang sebanding dengan mutu dan nilai produk. Harga yang teramat tinggi atau sebaliknya dapat menjadi faktor penentu bagi pembeli. Tingginya harga dapat membantu konsumen berpindah pada produk lain yang sejenis begitupun sebaliknya.<sup>3</sup>

Fenomena yang cukup menarik perhatian saat ini yaitu trend buket bunga. Dimana dengan adanya beragam kreatif buket bunga bukan hanya untuk hiasan semata namun buket bunga dijadikan kado ataupun kegiatan seperti wisuda, anniversary, pernikahan, dan memberikan pekerjaan serta meningkatkan kreativitas dan inovasi dikalangan anak muda, Dahulunya toko bunga hanya sebagai sampingan ibu-ibu rumah tangga saja, lalu disusul dengan hadirnya toko-toko bunga dibeberapa ruas pinggir jalan atau garasi rumah, atau malah ada yang membuka komunitas. Seiring dengan berkembangnya zaman kini juga hadir peluang bisnis usaha yang lagi trend yaitu toko bunga online adalah toko bunga yang memasarkan produk-

---

<sup>3</sup> Rissa Mustika, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise),” *Jurnal Ilmiah MEA* 5, no.3 et. al. (2021): 1.

produknya secara online di internet. Seperti yang kita ketahui pada saat ini toko-toko buket sudah banyak sekali yang menyuguhkan berbagai macam aneka rangkaian bunga dan trend yang dijual di beberapa tempat tersebut, hal ini juga bisa dilihat dari semakin maraknya usaha buket saat ini tentu saja tidak menutup kemungkinan toko-toko buket tersebut akan bersaing ketat dengan toko buket lainnya yang mengeluarkan produk yang bisa saja sejenis. Oleh karena itu, sudah menjadi keharusan bagi suatu perusahaan untuk melaksanakan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif.

Adapun cara yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian yaitu dalam upaya pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan. Salah satunya dengan cara mencari informasi secara rinci pada atribut atau komposisi yang terdapat pada produk tersebut, membandingkan dengan produk lain, melihat nilai tambah suatu produk, melihat harga dan sebagainya sehingga melakukan pengambilan keputusan. Keputusan pembelian merupakan tahapan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk. Selain harga yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ialah kualitas produk, keputusan pembelian tidak akan muncul begitu saja akan tetapi didasari oleh dorongan terlebih dahulu.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Kotler dan Keller, “*Manajemen Pemasaran*,” (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), 37.

Menurut hasil penelitian indah septiayu harga berdampak signifikan pada keputusan pembelian yang artinya, setiap peningkatan dalam kualitas produk maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian.<sup>5</sup>

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga sehingga selera pelanggan disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengolah kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak pelanggan, karena pelanggan bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.<sup>6</sup>

Berdasarkan penelitian ini penulis menentukan Bouquet Bunga sebagai objek penelitian, yang mana Bouquet Bunga merupakan salah satu butik yang berada dikawasan UIN KHAS JEMBER, Bouquet Bunga sudah berdiri sejak tahun 2018. Selama ini Bouquet Bunga melakukan penjualan dengan konsumen datang ke butik maupun melalui media digital. Dari hasil

<sup>5</sup> Indah Septiayu, "Pengaruh Brand Image Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Rabbani (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Nurul Islam Jember)," Skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, (2019).

<sup>6</sup> Novera Kasanti, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard Pada PT AIM Safety Indonesia," Jurnal Asian Journal of innovation and intrepneurship, Vol 4, no. 01, et. al (2019): 2.



wawancara penulis dengan Ibu Kirana Asya Riadi selaku owner dari toko Bouquet Bunga tentang kategori dan harga bouquet.

**Tabel 1.1**  
**Kategori dan Harga Bouquet Fana**

Kategori	Harga
Boquet Boneka	Rp. 50.000 – Rp. 100.000
Money Bouquet	Rp. 50.000
Dried Flowers	Rp. 15.000
Bouquet Permen	Rp. 30.000
Bouquet Hijab	Rp. 25.000
Bouquet Kopi	Rp. 20.000
Gift Box	Rp. 20.000
Bunga Tangkai	Rp. 7.000
Fresh Flowers	Rp. 7.000 – Rp. 250.000
Artificial	Rp. 15.000 – Rp. 100.000
Bouquet Snack	Rp. 20.000 – Rp. 50.000

*Sumber: Wawancara langsung dengan pemilik bouquet*

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui harga-harga bouquet fana sudah tercantum di toko, namun harga tersebut dapat berubah apabila konsumen membawa bahan isian sendiri maka harga yang diminta hanya harga jasa pembuatan bouquet.

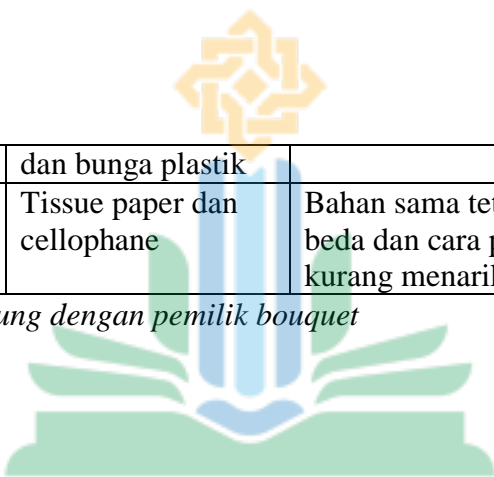
Saat ini di daerah UIN KHAS JEMBER terdapat beberapa toko bunga yang sudah berkembang salah satunya yaitu Jo Florist dan Bouquet Bunga Cantik. Adapun dalam perkembangannya dua toko bunga tersebut menawarkan produk yang hampir serupa denga toko Bouquet Fana, akan tetapi dalam harga, produk yang ditawarkan memiliki perbedaan dengan dua toko tersebut, salah satunya pembelian lebih dari Rp. 50.000 akan mendapatkan free bunga tangkai, sehingga bisa menarik pelanggan untuk membeli di toko tersebut. Adapun untuk produk yang ditawarkan Bouquet fana berusaha mengikuti trend yang sedang berkembang sehingga pelanggan

bisa dengan mudah mendapatkan produk. Selama ini Bouquet Fana melakukan penjualan dengan konsumen datang ke toko langsung maupun melalui media digital. Harga yang ditawarkan dari buket ini sangat variatif tergantung produk yang dibeli. Untuk jenis buket harga berkisar antara Rp. 7.000 - Rp. 200.000 setiap produk. Perbedaan tingkat harga ini sangat bergantung dari tingginya kebutuhan bahan yang digunakan semakin banyak bahan yang digunakan maka harga cenderung akan semakin tinggi. Bahan utama dari produk ini adalah kertas, pita, dan peralatan serta perlengkapan penunjang lainnya.



**Tabel 1.2**  
**Perbandingan Bouquet Fana dengan Jo Florist, Bouquet Bunga Cantik**

No.	Jenis	Bahan	Kualitas	Fana	Jo Florist	Bouquet Bunga Cantik
				Harga	Harga	Harga
1.	Bouquet Boneka	Tissue paper dan cellophane paper	Harga sama tetapi penataan kurang menarik	Rp. 50.000-Rp. 100.000	Rp. 50.000	Rp. 50.000
2.	Money Bouquet	Kertas cellophane paper	Harga sama,dan bahan yang digunakan sama tetapi kualitas beda	Rp. 50.000	Rp. 50.000	Rp. 50.000
3.	Dried Flowers	Bunga kering	Kualitasnya bagus	Rp. 15.000	-	-
4.	Bouquet Permen	Pot kecil dan pita	Kualitasnya bagus	Rp. 25.000	-	-
5.	Bouquet Hijab	Tissue paper dan cellophane paper	Bahan sama kualitas sama-sama bagus tetapi harga lebih mahal	Rp. 25.000	Rp. 30.000	Rp. 35.000
6.	Bouquet kopi	Tissue paper dan cellophane paper	Bahan sama kualitas sama bagus tetapi harga lebih mahal	Rp. 20.000	Rp. 25.000	Rp. 30.000
7.	Gift box	Kertas box	Bahan sama tetapi harga dan dan penataan kurang menarik	Rp. 20.000	-	Rp. 30.000
8.	Bunga tangkai	Kain flanel	Sama-sama terbuat dari kain flanel tetapi harganya beda	Rp. 7.000	Rp. 10.000	Rp. 10.000
9.	Fresh Flowers	Bunga segar	Bahan sama tetapi harga beda dan cara penataan kurang menarik	Rp. 7.000- Rp. 250.0000	Rp. 10.000- Rp.200.000	-
10.	Artificial	Kertas cellophane	Kualitasnya bagus	Rp. 15.000	-	-



		dan bunga plastik				
11.	Bouquet Snack	Tissue paper dan cellophane	Bahan sama tetapi harga beda dan cara penataan kurang menarik	Rp. 20.000- Rp.50.000	Rp. 30.000	Rp. 40.000

*Sumber: Wawancara langsung dengan pemilik bouquet*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat perbandingan toko bouquet fana dengan toko jo florist dan toko bouquet bunga cantik, maka konsumen akan membeli bouquet yang lebih murah tetapi bahan dasarnya sama, namun sebaliknya konsumen akan memilih dan melihat kualitas produk jika harganya murah tetapi kualitasnya rendah maka konsumen akan memilih bouquet yang lebih mahal tetapi kualitasnya tinggi.<sup>7</sup>

Alasan penulis memilih Bouquet Fana karena dilihat dari variasinya lebih banyak, merupakan penjual Buket yang menempati penjualan tertinggi, banyak peminatnya harganya terjangkau, serta pelayanannya sangat ramah dan tempatnya mudah dijangkau dibanding toko Bouquet yang lain,<sup>8</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian, serta mengetahui faktor mana yang lebih cenderung mempengaruhi keputusan pembelian terhadap sebuah produk, Penelitian ini menunjukkan bahwa hal terpenting dalam membeli adalah kualitas produk. oleh sebab itu mengangkat penelitian ini dengan judul adalah “pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pada Toko Bouquet Fana Jember”

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas seseorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sebuah produk tentunya melalui berbagai timbangan dalam menentukan barang yang akan dibeli, salah satunya dengan mempertimbangkan harga, kualitas produk. Hal ini pula yang mendasari penulis tertarik dan bermaksud melakukan penelitian di Bouquet

---

<sup>7</sup> Kirana Arsyia Riadi, diwawancarai oleh Airatul Fadriyah, Jember, 20 Juni 2023.

<sup>8</sup> Observasi di Toko Bouquet Fana Jember, 20 Juni 2023.

Fana guna mengetahui seberapa besarkan pengaruh harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara ilmiah. Oleh sebab itu penulis mengangkat penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bouquet Fana Jember”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bouquet Fana?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bouquet Fana?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bouquet Fana?

#### **C. Tujuan Masalah**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Bouquet Fana
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Bouquet Fana
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Bouquet Fana

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari penelitian ini akan memberikan manfaat kepada pihak akademis berupa suatu pengetahuan dan wawasan dan dapat

dijadikan sumber ilmu dan referensi untuk kepentingan penelitian yang terkait dengan proses pembelajaran tentang pengaruh kualitas produk, harga terhadap pembelian.

## 2. Manfaat praktis

### a. Peneliti

Dapat menerapkan metodologi penelitian yang telah diperoleh dari bangku kuliah. Meningkatkan dan menambah wawasan baru mengenai efek dari kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

### b. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Hasil penelitian ini dapat menambah kepustakaan dan dapat menjadi pengembangan pengetahuan dan sumber referensi bagi mahasiswa UIN KHAS JEMBER.

### c. Masyarakat Umum/ Konsumen Bouquet Fana

Penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam rangka pengambilan keputusan dan kebijaksanaan strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan penjualan perusahaan, bagi masyarakat ataupun konsumen penelitian ini berguna sebagai pengetahuan dan informasi tentang pentingnya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Varibel penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat, atau nilai dari orang obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

#### a. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predikto, antecedent. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>9</sup> Adapun yang menjadi variabel bebas pada penelitian ini yaitu harga sebagai variabel bebas kesatu yang diberi simbol (X1), dan kualitas produk sebagai variabel bebas kedua yang diberi simbol (X2).

#### b. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>10</sup> Dalam

---

<sup>9</sup> Sugiyono, 38.

<sup>10</sup> Sugiyono, 39.



penelitian ini yang menjadi variabel terikat atau dependen (Y) adalah keputusan pembelian.

## 2. Indikator Variabel

Indikator-indikator variabel yang merupakan rujukan empiris dari variabel yang akan diteliti.<sup>11</sup> Rujukan empiris tersebut dapat digunakan sebagai landasan pembuatan pecahan-pecahan pertanyaan. Berikut indikator-indikator dari variabel penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Indikator Variabel**

Variabel	Indikator
X1 : Harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga terjangkau</li> <li>2. Harga bersaing dengan merek lain</li> <li>3. Pemberian diskon atau potongan harga</li> </ol>
X2 : Kualitas Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bentuk (Form)</li> <li>2. Ciri-ciri Produk (Features)</li> <li>3. Kinerja (Performance)</li> <li>4. Ketepatan/kesesuaian (Conformance)</li> <li>5. Ketahanan (Durability)</li> <li>6. Keandalan (Reliability)</li> <li>7. Kemudahan Perbaikan (Repairability)</li> <li>8. Gaya (Style)</li> <li>9. Desain (Design)<sup>12</sup></li> </ol>
Y : Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan Produk</li> <li>2. Pilihan Merek</li> <li>3. Pilihan Penyalur</li> <li>4. Jumlah Pembelian</li> <li>5. Waktu Pembelian</li> <li>6. Metode Pembayaran</li> </ol>

<sup>11</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 38

<sup>12</sup> Kotler dan Keller, "*Manajemen Pemasaran*," (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), 8.

## F. Definisi Operasional

### 1. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.<sup>13</sup> Pada penelitian ini harga adalah jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu barang. Jadi bisa dikatakan harga tergantung pada kemampuan bernegosiasi dari pihak penjual atau pembeli untuk memperoleh harga kesepakatan yang sesuai dengan keinginan masing-masing pihak, sehingga pada awalnya pihak penjual akan menetapkan harga yang tinggi dan pembeli akan menetapkan penawaran dengan harga rendah

### 2. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.<sup>14</sup> Dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

Berdasarkan pengertian diatas, kualitas produk adalah karakteristik produk dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

<sup>13</sup> Swasta dan Sukotjo, "*Manajemen Pemasaran Modern.*" (Yogyakarta: Liberty, 2010), 211

<sup>14</sup> Kotler dan Keller, "*Manajemen Pemasaran,*" (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), 37.

konsumen. Dengan adanya kualitas yang baik, maka akan terbentuk suatu karakteristik yang baik di pandangan pelanggan.

### 3. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian sebagai tahapan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk. Berikutnya pengambilan keputusan membeli adalah proses pengenalan masalah barang tersebut, pencarian informasi, evaluasi dan seleksi dari pilihan produk, seleksi dan pelaksanaan keputusan terhadap produk yang akan digunakan atau dibeli konsumen. Pengevaluasian tidak dapat terpisah, dipengaruhi sumber-sumber yang dimiliki (waktu, ruang dan informasi) maupun resiko keliru dalam pembeli. Setelah itu, muncullah minat beli yang dapat menimbulkan keputusan pembelian.<sup>15</sup>

### G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, dalam bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan semuanya tercakup dalam bab ini.

---

<sup>15</sup> Kotler dan Keller, "*Manajemen Pemasaran*," (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), 35

BAB II KAJIAN PERPUSTAKAAN, pada bab ini membahas tentang, kajian perpustakaan yang meliputi : penelitian terdahulu, yang mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, setelah itu terdapat kajian teori yang berisi tentang teori-teori yang akan menjadi pedoman dalam penelitian, selanjutnya berisi asumsi penelitian dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN, mencakup tentang pendekatan dan jenis penelitian hingga populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, dan diakhiri dengan analisis data.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS, bab ini membahas tentang gambaran objek, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, serta pembahasan temuan.

BAB V PENUTUP ATAU KESIMPULAN, bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran.

## BAB II

### KAJIAN PERPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Dalam bab ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh orang lain yang mempunyai persamaan baik dari segi variabel maupun metode analisa data yang digunakan, kemudian membuat ringkasan dari penelitian yang sudah pernah dilakukan. Untuk mengetahui keaslian yang akan dihasilkan dalam penelitian ini, maka perlu disajikan beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Beberapa penelitian sebagai berikut.

1. Budiarti dan Sari (2023) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama).<sup>16</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas produk, Harga dan Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo. Dan melalui hasil pengujian, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi Adjusted R square yaitu sebesar 0,522 atau 52,2% yang menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi,

---

<sup>16</sup> Budiarti dan Sari. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama)." *Jurnal Universitas Potensi Utama*, (2023).

sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

2. Rissa Mustika Sari dan Prihatono (2021) Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise).<sup>17</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada saat yang sama dua faktor yang dipertmbangkan, yakni harga seta kualitas suatu produk mempengaruhi keputusan dari suatu pembelian dengan koefisien determinasi yakni 46,1% sedangkan 53,9% lainnya disebabkan oleh beberapa faktor lain yang tidak dianalisa.

3. Ronaldo Klisman (2021) Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi.<sup>18</sup>

Hasil penelitian diperoleh bahwa label halal dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Safi. Sementara harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Safi.

4. Fenny Krisna Marpaung (2021) Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Riska Mustika Sari dan Prihatono, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)." *Jurnal Politeknik Piksi Ganesha, Bandung*, (2021).

<sup>18</sup> Ronaldo Klisman, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi," Skripsi Universitas Islam Riau, (2021).

<sup>19</sup> Feny Marpaung, " Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe," *Jurnal Manajemen*,(2022).

Hasil penelitian diketahui bahwa harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe.

5. Marissa Grace Haque (2020) Pengaruh Kualitas produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Berlian Multitama Di Jakarta.<sup>20</sup>

Hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Berlian Multitama Di Jakarta.

6. Hernama dan Lies Handrijaningsih (2020) Pengaruh Lebelisasi Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Impor di Kalangan Mahasiswa.<sup>21</sup>

Hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Instan Impor di Kalangan Mahasiswa.

7. Susanto dan Muinah Fadhillah (2020) Pengaruh Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea.<sup>22</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Instan.

8. Ridho Saputra (2020) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup>Marissa Grace Haque, "Pengaruh kalitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Pada PT. Berlian Multitama Di Jakarta," *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, (2020).

<sup>21</sup>Hernama dan Handrijaningsih, "Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian Mie Instan Impor di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Universitas Gunadarma*, (2020).

<sup>22</sup>Susanto dan Muinah Fadhillah, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea," *Jurnal Ilmiah MEA*, (2020).

<sup>23</sup> Ridho Saaputra. " Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Distro Label Store Pekanbaru, " *Skripsi Universitas Riau*, (2020).

Hasil penelitian tersebut secara parsial (Uji T) menunjukkan bahwa Harga (X1) Kualitas Produk (X2), mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dan secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel independen (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y).

9. Suhendri (2019) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci,<sup>24</sup>

Hasil penelitian tersebut Kualitas Produk (X1), Harga (X2). Dari dua variabel yang terdiri dari kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran A&W Supermall Karawaci.

10. Indah Septiayu (2019) Pengaruh Brand Image Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Rabbani (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Nurul Islam Jember),<sup>25</sup>

Hasil penelitian tersebut Harga (X1), Kualitas Produk (X2). Dari dua variabel yang terdiri dari Harga dan Kualitas Produk Berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rabbani. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, yang mana hasil penelitian uji parsial variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan adapun untuk uji simultan dari variabel harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

<sup>24</sup> Suhendri, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 2, (2019).

<sup>25</sup> Indah Septiayu. "Pengaruh Brand Image Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Rabbani (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Nurul Islam Jember)," *Skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*, (2019).



**Tabel 1.4**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1	Budiarti dan Sari (2023)	Metode kuantitatif, pengumpulan data, variabel bebas, analisis data regresi	Objek, Subjek, sampel. Variabel terikat
2	Rissa Mustika Sari dan Prihatono (2021)	Metode kuantitatif, pengumpulan data, Variabel bebas dan analisis data regresi	Objek, Subjek, sampel, variabel terikat.
3	Ronaldo Klisman (2021)	Metode kuantitatif, pengumpulan data, variabel terikat dan analisis data regresi	Objek, Subjek, dan sampel, dan pengumpulan data, variabel bebas kualitas produk
4	Fenny Krisna Marpaung (2020)	Metode kuantitatif, pengumpulan data, variabel terikat dan analisis data regresi	Objek, Subjek, sampel,
5	Marissa Grace Haqu (2020)	Metode kuantitatif, pengumpulan data, variabel terikat, menggunakan analisis linier berganda	Objek, Subjek, sampel,
6	Hernama dan Lies Handrijaningsih (2020)	Metode kuantitatif, pengumpulan data, variabel terikat dan analisis data regresi	Objek, Subjek, sampel, variabel bebas
7	Susanto dan Muinah Fadhilah (2020)	Metode kuantitatif, pengumpulan data, variabel terikat dan analisis linier berganda	Objek, Subjek, sampel. Variabel bebas
8	Ridho Saputra (2020)	Metode kuantitatif, variabel bebas, (pengaruh harga, kualitas produk)	Objek, Subjek, sampel, variable terikat,
9	Suhendri (2019)	Metode kuantitatif, pengumpulan data, menggunakan analisis linier berganda	Objek, Subjek, sampel,

10	Indah Septiayu (2019)	Metode kuantitatif, pengumpulan data, menggunakan analisis linier berganda	Objek, Subjek, Sampel,
----	-----------------------	--	------------------------

Sumber: Data sekunder diolah

Dari beberapa jenis yang dipaparkan di atas terdapat persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Perbedaan penelitian yang hendak dilakukan yaitu di sampel dan variable. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan variable terikat dan analisis data regresi.

## B. Kajian Teori

### 1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen yaitu sebagai studi tentang bagaimana tindakan individu, organisasi, dan kelompok dalam membeli, memilih dan menggunakan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Konsep pendekatan perilaku konsumen mengajarkan agar pemasar cenderung memiliki orientasi lebih kepada pelanggan dan bukan hanya sekedar menjual apa yang diproduksi perusahaan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk, konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Mulai dari harga, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya. Kegiatan memikirkan, mempertimbangkan, dan mempertanyakan barang sebelum membeli merupakan atau termasuk ke dalam perilaku konsumen. Fokus dari perilaku konsumen adalah

bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang.<sup>26</sup>

Perilaku konsumen menggambarkan suatu proses yang berkesinambungan, dimulai dari ketika konsumen belum melakukan pembelian, saat melakukan pembelian, dan setelah pembelian terjadi sehingga hubungan antara satu tahap dengan tahapan lainnya menggambarkan pendekatan proses pembuatan keputusan oleh konsumen.

Model perilaku konsumen menjelaskan bahwa rangsangan datang dari informasi mengenai produk, harga, lokasi, dan promosi. Dalam pemasaran jasa ditambah lagi dengan physical evidence, people, dan process. Para pembeli dipengaruhi oleh rangsangan tersebut, kemudian dengan mempertimbangkan faktor lain seperti ekonomi, budaya, teknologi maka masuklah segala informasi tersebut, setelah itu konsumen akan mengolah segala informasi tersebut berdasarkan psikologi dan karakteristik konsumen lalu memproses keputusan pembelian dan diambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang dibeli, merek, toko, dan waktu atau kapan membeli.

#### a. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

---

<sup>26</sup> Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Glora Aksara Pratama, 2008), 166.

<sup>27</sup>Harga adalah sejumlah uang yang perlu dibayarkan oleh konsumen guna memperoleh suatu barang atau jasa.<sup>28</sup>

Didalam penelitian ini ada beberapa indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Harga terjangkau daya beli konsumen, dimana konsumen membeli suatu produk yang memiliki Harganya terjangkau sehingga mudah dicapai atau dibeli
- b. Harga bersaing dengan merek lain, yaitu konsumen biasanya membedakan Harga produk yang mau di beli.
- c. Pemberian diskon atau potongan Harga, pihak manajemen perusahaan atau produsen memberikan potongan terhadap konsumen pada pembelian produk yang di inginkan

## 2. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.<sup>29</sup>

Ada sembilan dimensi kualitas produk yaitu:

<sup>27</sup> Swasta dan Sukotjo, "Manajemen Pemasaran Modern," (Yogyakarta: Liberty: 2010), 211

<sup>28</sup> Kotler dan Amstrong, Prinsip-Prinsip Marketing," (Jakarta: Salemba Empat Jakarta, 2018), 78

<sup>29</sup> Kotler dan Keller, "Manajemen Pemasaran," (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), 181.

a. Bentuk (*Form*)

Produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.

b. Ciri-ciri produk (*Features*)

Karakteristik skunder atau perlengkapan yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.

c. Kinerja (*Performance*)

Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

d. Ketepatan/kesesuaian (*Conformance*)

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.

e. Ketahanan (*Durability*)

Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.

f. Keandalan (*Reliability*)

Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

g. Kemudahan perbaikan (*Repairability*)

Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.

h. Gaya (*Style*)

Penampilan produk atau kesan konsumen terhadap produk.

i. Desain (*Design*)

Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.<sup>30</sup>

### 3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dapat digunakan untuk mengevaluasi keadaan atau kemungkinan dilakukan pengukuran terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Enam dimensi dalam keputusan pembelian, konsumen memiliki 6 keputusan dalam melakukan pembelian, yang terdiri dari:

a. Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini, perusahaan harus memuaskan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif mereka pertimbangkan.

---

<sup>30</sup> Kotler dan Keller, "*Manajemen Pemasaran*," (Jakarta: PT. Glora Aksara Pratama, 2008), 8.

b. Pilihan merek

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaannya tersendiri. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

c. Pilihan penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempunyai pertimbangannya yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain.

d. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembeli yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini, perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

e. Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dan dua minggu sekali, tiga minggu sekali atau sebulan sekali.

f. Metode pembayaran

Pembeli dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam mengambil keputusan konsumen menggunakan barang dan jasa, dalam hal ini juga keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.<sup>31</sup>

#### 4. Pengaruh Harga Terhadap Pembelian

Harga merupakan satu-satunya unsur dari berbagai bauran pemasaran yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Dimana harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga yang dikeluarkan oleh produsen, perusahaan harus hati-hati dan sefleksibel mungkin dalam memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu membujuk serta mempengaruhi konsumen untuk membeli produk seperti yang diharapkan.<sup>32</sup>

#### 5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian

Kualitas produk dalam menjaga eksistensi perusahaan harus memahami dengan jelas apa yang dibutuhkan yang diinginkan oleh konsumen. Mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen juga tidak

---

<sup>31</sup> Kotler dan Keller, "*Manajemen Pemasaran*," (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2016), 183

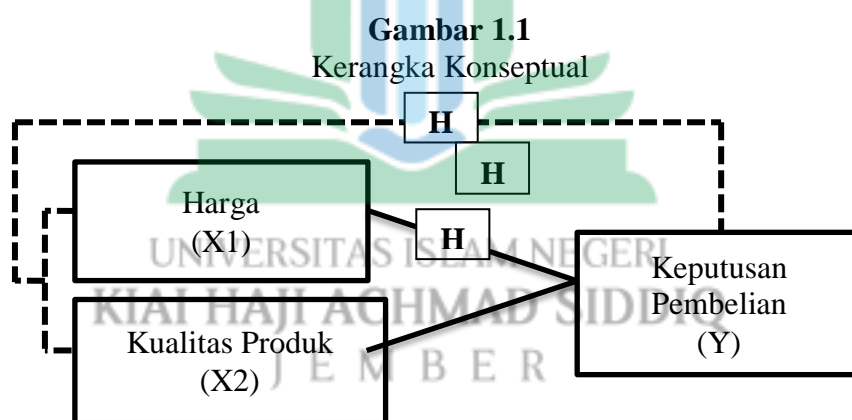
<sup>32</sup> Fandy Tjiptono, "*Strategi Pemasaran*," (Andi Offset, Yogyakarta, 2015), 105



serta merta konsumen akan membeli dan memakai produk yang ditawarkan. Oleh sebab itu kualitas produk sangat penting dalam keputusan pembelian.<sup>33</sup>

### C. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian merupakan kerangka berpikir yang digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang sudah di jabarkan di atas mengenai hubungan antar variabel independen (kualitas produk dan harga) dan variabel dependent (keputusan pembelian) diatas maka kerangka pemikiran yang penulis kembangkan adalah sebagai berikut:



Keterangan :

- : Garis pengaruh secara parsial  
 ---➤ : Garis pengaruh secara simultan

Gambar 3.1 Asumsi Penelitian

<sup>33</sup> Yudha Dwisaputra, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Alam Bumi Lestari," *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora 1*, no. 2. Et.al.(2022): 134.

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan formal yang menjelaskan suatu hasil (outcome) dengan kata lain hipotesis adalah dugaan. Jika data empirik yang ada konsisten dengan hipotesis maka dapat dikatakan bahwa hipotesis didukung (diterima) dan jika data empiric tidak konsisten dengan hipotesis, maka diktakan hipotesis tidak didukung (ditolak).<sup>34</sup> Jadi hipotesis dapat juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Berdasarkan landasan teori di atas maka hipotesisnya sebagai berikut :

1. Berdasarkan teori Duman dan Mattila yaitu peengaruh harga adalah sebagai anteseden penting yang dirasakan nilai pelayanan. Oleh karena itu, dalam kisaran harga yang dapat diterima, harga yang lebuah rendah untuk kualitas tertentu mengarah pada nilai yang dirasakan lebih tinggi dan akibatnya menjadi lebih besar niat untuk membeli.<sup>35</sup>

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu Budiarti dan Sari, bahwa variabel harga memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian smartphone vivo.<sup>36</sup> Menunjukkan bahwa variabel harga dapat dijadikan referensi strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Bouquet Fana Jember. Berdasarkan hasil penelitian tersebut , hipotesis dalam penelitian ini adalah

<sup>34</sup> Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (Semarang: Yoga Pratama, 2016), 57.

<sup>35</sup> Duman dan Mattilla, "The Role Of Affective Factors On Perceived Cruise Vacation Value," (Tourism Management, 2005), 321-323.

<sup>36</sup> Budiarti dan Sari. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama)." *Jurnal Universitas Potensi Utama*, (2023)

H1 : “ Pengaruh harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bouquet Fana Jember.

2. Berdasarkan teori dari Kotler dan Keller yaitu pengaruh kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Oleh karena itu, kualitas berhubungan dengan nilai dan kepuasan pelanggan sehingga bisa meningkatkan keputusan pembelian.<sup>37</sup>

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Suhendri, bahwa variabel kualitas produk memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran A&W Supermall Karawaci.<sup>38</sup> Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dapat dijadikan referensi strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Bouquet Fana Jember . Berdasarkan hasil penelitian tersebut , hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2 : “Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bouquet Fana Jember.

Dapat disimpulkan bahwa pengaruh harga dan kualitas produk secara bersama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Bouquet Fana

<sup>37</sup> Kotler dan Keller, “*Manajemen Pemasaran*,” (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama 2008), 184.

<sup>38</sup> Suhendri, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci*,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 17. No. 2, (2019).

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Pendekatan dan Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran), pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikatnya hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.<sup>39</sup>

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena diperoleh dari hasil pengamatan secara langsung. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian dengan menjelaskan efek atau pengaruh utama antara variabel-variabel yang digunakan. Penelitian kuantitatif merupakan informasi atau adanya data yang dianalisis menggunakan statistika. Dengan demikian, hipotesis penelitian kuantitatif di uji dengan prosedur pengujian statistik.<sup>40</sup> Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model matematid, teori atau hipotesis berkaitan dengan fenomena alam.

---

<sup>39</sup> V. Wiratna Sujarweni, "*Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*." (Yogyakarta: PT.Pustaka Baru,2015), 12.

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan RD*. (Bandung: Alfabeta, 2017), 8.

## B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain, populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.<sup>41</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bouquet Fana Jember tidak diketahui secara pasti. Pedoman ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam sebuah variabel laten, jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Penelitian ini menggunakan 18 indikator,<sup>42</sup>

Ukuran yang dipilih dalam penelitian ini sebanyak 90 orang responden. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen sebanyak 90 orang.

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *aksidental sampling*. *Aksidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pada kebetulan atau siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.<sup>43</sup>

<sup>41</sup> Sugiyono, "Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D," (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

<sup>42</sup> Agusty Ferdinand, "Metode Penelitian Manajemen," (Badan Penerbit: Universitas Diponegoro, 2014), 48.

<sup>43</sup> V.Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi." (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015), 87-88.

### C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural setting), pada laboratorium dengan metode eksperimen, dirumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Selanjutnya bila dilihat dari cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner.

#### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang akan diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pertanyaan

tertutup atau terbuka,<sup>44</sup> Kusioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Skala Likert,

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran dokumen. Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto, atau benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek-aspek yang diteliti.

## D. Analisi Data

### 1. Uji Instrumen Data

#### a. Uji Validitas

Uji Validas merupakan alat ukur yang digunakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.<sup>45</sup> Maka yang dimaksud dengan validitas yaitu seberapa jauh alat dapat mengukur hal dan subjek yang ingin diukur. Validitas harus diusahakan dengan pemikiran yang logis, menggunakan kelompok yang telah diketahui sifatnya, meminta pendapat kepada orang lain.

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013),137-142

<sup>45</sup> Fenny Krisna Marpaung, “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe.” *Jurnal Manajemen* 7, no. 1. Et.al. (2021): 56.

dengan total skor konstruk atau variabel. Adapun kriteria pengujiannya adalah apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak valid sedangkan apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  instrumen valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dan dilakukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai reliabilitas tinggi atau di percaya jika kuesioner itu stabil dan dapat di andalkan sehingga penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa. Sesuai yang di syaratkan oleh Nunnally bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70.<sup>46</sup>

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Normalitas data adalah syarat yang harus dipenuhi oleh suatu sebaran data sebelum melakukan analisis regresi. Hal ini berguna untuk menghasilkan model regresi yang baik. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang dilakukan terhadap sampel dilakukan dengan menggunakan *kolmogrov-smirnov* test dengan menetapkan derajat

---

<sup>46</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas. Diponegoro), 47.



keyakinan ( $\alpha$ ) sebesar 5%. Kriteria pengujian dengan melihat besaran *kolmogrov-smirnovtest* sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$  maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji tersebut dimaksudkan untuk menguji apakah variabel kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel independen, pengujian dilakukan dengan uji grafik *scatter plot* dan hasil pengujiannya tidak terdapat pola yang jelas serta ada titik melebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, berarti variabel dalam penelitian ini tidak heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai ordinal (titik) membentuk suatu pola yang teratur di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu vertikal yang merupakan nilai *residu standardized residual* (ZRESID) dan sumbu horizontal yang merupakan nilai prediksi *standardized predicted values* (ZPRED) baik pola bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila nilai ordinal (titik) tidak ada pola yang jelas serta menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu vertikal yang

merupakan nilai residu *standardized residual* (ZRESID) dan sumbu horizontal yang merupakan nilai prediksi *standardized predicted values* (ZPRED), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel *independent*. Apabila koefisien korelasi variabel yang bersangkutan nilainya terletak diluar batas-batas penerimaan (*critical value*) maka koefisien korelasi bermakna dan terjadi masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent*. Ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* (TOL) dan *variance inflation factors* (VIF) dari masing-masing variabel. Jika nilai  $TOL < 0,10$  atau  $TOL > 10$  dan nilai  $VIF > 10$  maka terjadi multikolinearitas dan sebaliknya.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda biasanya digunakan untuk memprediksi pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat, yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ), terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (Keputusan Pembelian)

$\alpha$  =Konstanta

$\beta_1 \beta_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Kualitas produk

$X_2$  = Harga

$e$  = eror

#### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis di gunakan untuk mengetahui signifikasi dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yang terdapat dalam model. <sup>47</sup>Uji hipotesis yang dilakukan yaitu sebagai berikut.

##### a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengujian :

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).
- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).

##### b. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$ , tingkat signifikan yang digunakan

<sup>47</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas. Diponegoro), 93-160

adalah sebesar 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut.

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka variabel *independent* secara simultan atau bersama tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent* (hipotesis ditolak).
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka variabel *independen* secara simultan atau bersama berpengaruh terhadap variabel *dependent* (hipotesis diterima).

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi (Uji  $R^2$ ) pada umumnya dibagi menjadi dua macam uji yaitu dengan melihat nilai koefisien R – squared dan nilai koefisien Adjusted  $R^2$ . Pengukuran  $R^2$  dilakukan dengan maksud untuk menunjukkan seberapa besar variasi variabel independen dapat menerangkan variabel dependen dan untuk mengukur seberapa baik garis regresi. Nilai ( $R^2$ ) pada umumnya terletak di antara 0 dan 1. Nilai ( $R^2$ ) yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variasi dari semua variabel independent dapat menjelaskan variabel dependent dengan baik. Sedangkan, nilai ( $R^2$ ) yang rendah mendekati 0 menunjukkan bahwa variasi dari semua variabel independent tidak mampu menjelaskan variabel dependent.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Sarwoko, *Dasar-Dasar Ekonometri*, (Yogyakarta: Andi, 2010), 52.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran dan Obyek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan di toko buket Fana, yang didirikan oleh Kirana Asya Riadi dan Muhammad Rizal Affandi kebetulan sudah merintis dari tahun 2018 jadi sebelum menikah sudah membuka usaha bareng-bareng, yang mana toko buket ini terletak di jalan Jum'at kecamatan Kaliwates kab. Jember. Awal mulanya buket fana berjualan via online cuma tiga harga mulai dari harga Rp. 10.000 – Rp. 30.000 saja, tapi Alhamdulillah antusias dari mahasiswa itu besar, setelah berkembang owner menyewa outlet kecil pada tahun 2019 awal bulan Januari di daerah istana kos 1, sekitar 1 tahun sewa toko kecil.

Dengan berjalannya waktu, semakin banyak konsumen yang membeli dan memesan buket, kemudian menyewa outlet yang lebih besar tahun 2020 yaitu lokasinya di depan UIN KHAS JEMBER dengan awal karyawan ada 2 dan sekarang sudah 9 karyawan. Perkembangan usaha ini dari tahun 2018 berdiri hingga saat ini telah mengalami perkembangan yang luar biasa, baik itu dari keberagaman produk, jenis produk hingga jumlah konsumen. Berdasarkan informasi dari pemilik bahwa omset saat ini sudah menyentuh angka 5-8 juta setiap bulannya.<sup>49</sup>

Dalam melakukan promosi toko bouquet fana melalui media sosial seperti instagram dan whatsapp, toko bouquet fana menggunakan akun

---

<sup>49</sup> Kirana Arsyia Riadi, diwawancara oleh Airatul Fadriyah, Jember, 20 Juni 2023.

bouquetfana.id. Dengan menggunakan akun ini buket fana memosting foto atau video produk yang ditawarkan kepada konsumen.

## B. Penyajian Data

Dalam penyajian data karakteristik responden pada penelitian ini terbagi dalam usia responden, pendidikan terakhir responden, dan pekerjaan responden, data yang didapatkan dari hasil pengisian kuesioner oleh responden menggunakan teknik aksidental sampling yang dimana pengertian dari teknik aksidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pada kebetulan atau siapa saja yang bertemu dengan peneliti. Adapun kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini penulis mengambil kriteria customer yang berbelanja langsung ke toko.

### 1. Deskripsi Usia Responden

Usia merupakan tingkat kedewasaan seorang pengaruhnya kematangan berpikir. Adapun data yang diperoleh dari 90 responden berdasarkan umur :

**Tabel 4.1**  
**Usia Responden**

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	17-22 tahun	34	37.8
2	23-28 tahun	50	55.5
3	29-34 tahun	6	6.7
Jumlah		90	100,0

Sumber: data primer diolah, 2023

Data untuk usia responden peneliti mengelompokkan menjadi tiga jenis diantaranya usia 17-22 tahun sebesar 34 orang dengan persentase

37.8%. Usia 23-28 tahun sebesar 50 orang dengan persentase 55.6. Usia 29-34 tahun sebesar 6 orang dengan persentase 6.7%

## 2. Deskripsi Pendidikan terakhir responden

Pada data pendidikan terakhir responden dikelompokkan menjadi tiga kelompok yakni SMP/SMA/SARJANA.

Berikut merupakan hasil olah data dari pendidikan terakhir responden:

**Tabel 4.2.**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMP	16	17.8
2	SMA	55	61.1
3	Sarjana	19	21.1
Jumlah		90	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwasannya sebagai besar pendidikan terakhir SMP sebesar 16 orang dengan persentase 17.8%. SMA sebesar 55 orang dengan persentase 61.1% SARJANA sebesar 19 orang dengan persentase 21.1%.

## 3. Deskripsi Pekerjaan Responden

Pada data jenis pekerjaan responden dikelompokkan menjadi tiga yakni pelajar/mahasiswa, swasta, pegawai negeri. Berikut merupakan hasil olah data dari pendidikan terakhir responden.

**Tabel 4.3**  
**Pekerjaan responden**

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	53	58.9
2	Wiraswasta	19	21.1
3	IRT	18	20.0
Jumlah		90	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2023

Terdapat pula data mengenai pekerjaan dari data responden dalam penelitian ini yaitu pelajar/mahasiswa 53 orang atau 58.9%, pekerja swasta 19 orang atau 21.1%, pegawai negeri 18 orang atau 20.0%. Jenis Kelamin

#### 4. Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Berikut adalah data yang diperoleh dari 90 responden berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 4.4**  
**jenis kelamin responden**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	16	17.8
2	Perempuan	74	82.2
Jumlah		90	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwasannya jenis kelamin laki-laki sebesar 16 orang atau 17.8%, jenis kelamin perempuan sebesar 74 orang atau 82.2%.

#### 5. Analisis Deskripsi Variabel

Agar mengetahui pendapat yang diberikan oleh 90 responden pada masing-masing variabel persepsi harga, kualitas produk serta keputusan



pembelian maka dihasil analisis deskripsi persentase terhadap hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan berikut :

a. Persepsi Harga

Harga dalam penelitian ini merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan barang. Penilaian responden mengenai harga adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Harga**

No	Pernyataan	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%
1	Menurut saya, harga produk yang saya beli sangat terjangkau	21	23.3	45	50.0	24	26.7	0	0.0	0	0.0
2	Saya mencari produk yang relative lebih murah dari merek sejenis	0	0.0	46	51.1	44	48.9	0	0.0	0	0.0
3	Saya memilih produk dengan banyak diskon atau potongan	5	5.6	35	38.9	50	55.6	0	0.0	0	0.0
Rata-rata			9.6		46.7		43.7		0.0		0.0

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data dari Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa rata-rata penilaian responden tentang harga adalah setuju mencapai 46.7%, indikator yang memberikan sumbangan paling besar adalah pada indikator mencari produk yang relative lebih murah dari merek sejenis (51.1%).

b. Kualitas produk

Tanggapan responden mengenai kualitas produk adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap Kualitas produk**

No	Pernyataan	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%
1.	Produk bouquet Fana memiliki bentuk yang variatif	10	11.1	57	63.3	23	25.6	0	0.0	0	0.0
2.	Produk Bouquet Fana bisa ditambahkan dengan perlengkapan lainnya sesuai selera konsumen	11	12.2	60	66.7	17	18.9	2	2.2	0	0.0
3.	Produk Bouquet Fana memiliki karakteristik yang unik dan menarik	5	5.6	57	63.3	28	31.1	0	0.0	0	0.0
4.	Produk Bouquet Fana sesuai dalam pemilihan kombinasi	0	0.0	46	51.1	44	48.9	0	0.0	0	0.0
5	Produk Bouquet Fana tidak mudah rusak	0	0.0	39	43.3	51	56.7	0	0.0	0	0.0
6	Produk Bouquet Fana bisa bertahan kualitas mutunya hampir 1 tahun	10	11.1	59	65.6	19	21.1	2	2.2	0	0.0
7	Produk Bouquet Fana memiliki kemudahan diperbaiki manakala terjadi kerusakan	6	6.7	51	56.7	33	36.7	0	0.0	0	0.0
8	Produk Bouquet Fana memiliki modifikasi sesuai dengan tren	5	5.6	46	51.1	39	43.3	0	0.0	0	0.0
9	Produk Bouquet Fana memiliki banyak desain bentuk dan motif	5	5.6	50	55.6	30	33.3	5	5.6	0	0.0
Rata-rata			6.4		57.4		35.1		1.1		0

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data dari Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa rata-rata penilaian responden kurang setuju terhadap kualitas produk Bouquet Fana pada semua pernyataan mencapai 57,4%, indikator yang memberikan sumbangan paling besar adalah pada pernyataan produk Bouquet Fana bisa ditambahkan dengan perlengkapan lainnya sesuai selera konsumen mencapai (66.7%).

c. Variabel Terikat Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah perasaan senang atau kesesuaian antara yang diharapkan konsumen dengan kenyataan yang diterima dari produk Bouquet Fana. Penilaian Keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Distribusi Frekuensi Keputusan pembelian**

No	Pernyataan	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%
1	Saya melakukan pembelian karena produk lebih diunggulkan dari produk lainnya	1	1.1	38	42.2	51	56.7	0	0.0	0	0.0
2	Saya melakukan pembelian karena sesuai dengan kebutuhan saya	14	15.6	59	65.6	15	16.7	2	2.2	0	0.0
3	Saya melakukan pembelian melihat kemudahan dalam memperoleh produk tersebut	10	11.1	54	60.0	26	28.9	0	0.0	0	0.0
4	Saya melakukan pembelian dengan jumlah yang banyak	7	7.8	41	45.6	35	38.9	7	7.8	0	0.0
5	Saya melakukan pembelian karena bisa dibeli kapan saja	6	6.7	63	70.0	21	23.3	0	0.0	0	0.0
6	Saya melakukan pembelian karena memiliki metode pembayaran yang menyesuaikan	9	10.0	30	33.3	36	40.0	15	16.7	0	0.0
Rata-rata			8.7		52.8		34.1		4.4		0.0

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa rata-rata penilaian responden atas keputusan pembelian setuju mencapai 52,82%, indikator yang memberikan sumbangan paling besar adalah

pada indikator melakukan pembelian karena bisa dibeli kapan saja mencapai (70%).

### C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Instrumen Data

##### a. Uji validitas

Dari hasil penelitian diketahui bahwa instrumen penelitian valid. Berdasarkan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka butir-butir dalam penelitian ini dinyatakan valid.

**Tabel 4.8**  
**Validitas Instrumen**

Item	$R_{tabel}$	$R_{hitung}$	Keterangan
x.1.1	0.2072	0.450	Valid
x.1.2	0.2072	0.538	Valid
x.1.3	0.2072	0.251	Valid
x.2.1	0.2072	0.288	Valid
x.2.2	0.2072	0.461	Valid
x.2.3	0.2072	0.428	Valid
x.2.4	0.2072	0.509	Valid
x.2.5	0.2072	0.263	Valid
x.2.6	0.2072	0.479	Valid
x.2.7	0.2072	0.403	Valid
x.2.8	0.2072	0.247	Valid
x.2.9	0.2072	0.270	Valid
Y1.1	0.2072	0.337	Valid
Y1.2	0.2072	0.466	Valid
Y1.3	0.2072	0.507	Valid
Y1.4	0.2072	0.483	Valid
Y1.5	0.2072	0.550	Valid
Y1.6	0.2072	0.590	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada Tabel diatas dapat dilihat bahwa semua butir pertanyaan yang terdapat pada penelian ini mempunyai nilai koefisien

hasil perhitungan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0.2072), dengan demikian setiap item pernyataan dalam kuisioner dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing instrumen adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen**

Item	Cronbach's Alpha	Nilai kritis	Keterangan
Harga	0.686	0.60	Reliabel
Kualitas Produk	0.694	0.60	Reliabel
Keputusan pembelian	0.743	0.60	Reliabel

Sumber: Dta Primer Diolah, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen pada penelitian ini adalah *reliable* atau kuesioner dapat dipercaya.

**2. Uji Asumsi Klasik**

a. Uji Normalitas

Hasil dari perhitungan *Kolmogorov Smirnov Test* sudah menunjukkan distribusi yang normal pada semua variabel sebagai berikut:

Tabel 4.10

## Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64476671
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.062
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.123 <sup>c</sup>

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai signifikansi  $0.123 > 0,05$ ).

## b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti terjadi interkorelasi antar variabel bebas yang menunjukkan adanya lebih dari satu hubungan linier yang signifikan. Apabila koefisien korelasi variabel yang bersangkutan nilainya terletak di luar batas-batas penerimaan (*critical value*) maka koefisien korelasi bermakna dan terjadi multikolinearitas. Apabila koefisien korelasi terletak di dalam batas-batas penerimaan maka koefisien korelasinya tidak bermakna dan tidak terjadi multikolinearitas. Adanya multikolinearitas disajikan pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11  
Hasil Uji Multikolinearitas

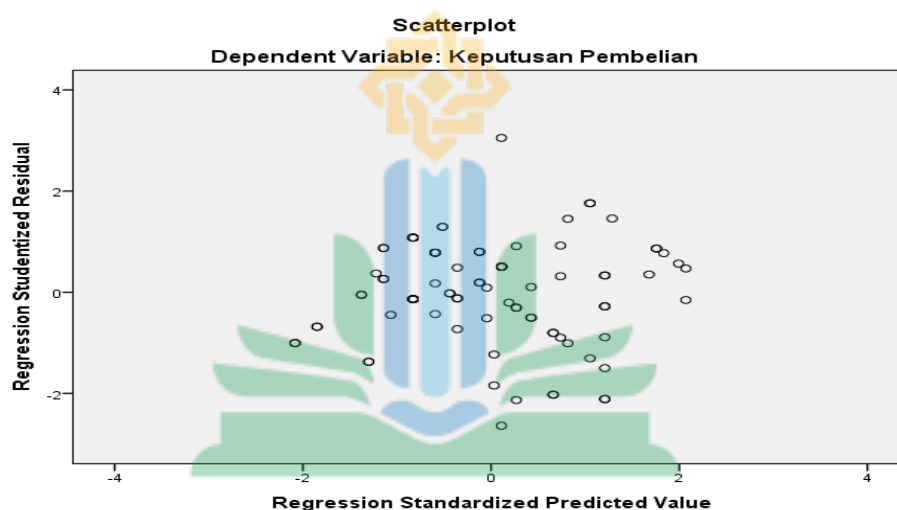
Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga	0.578	1.730
Kualitas Produk	0.578	1.730

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai Toleransi  $\geq 0.10$  dan  $< 10$ , sementara nilai VIF  $< 10$  sehingga data tidak memiliki masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Jika varians satu dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Namun jika varians satu pengamatan lain berbeda, disebut heteroskedastisitas.



Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan pada gambar 4.1 diketahui bahwa plot tersebar tian tara sumbu x dan sumbu y sehingga data tidak mengalami heterokedastisitas.

### 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, dapat disusun dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Beganda**

Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	Signifikansi
Harga	0.650	3.806	0.000
Kualitas produk	0.489	6.002	0.000
Konstanta : -1.439			

*Sumber: Data primer Diolah, 2023*

$$Y_i = -1.439 + 0.650X_1 + 0.489X_2 + e$$

Berikut adalah penjelasan dari persamaan diatas:

- a. Konstanta sebesar -1.439 menunjukkan besarnya keputusan pembelian ketika harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), tidak diperhatikan oleh Bouquet Fana maka keputusan pembelian menurun sebesar -1.439.
- b.  $\beta_1$  (nilai Koefisien regresi  $X_1$ ) sebesar 0.650 menunjukkan bahwa Variabel harga ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel harga ( $X_1$ ), maka akan mempengaruhi peningkatan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0.650.

Dari hasil persamaan regresi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Hal ini sejalan dengan teori yang menjelaskan bahwa harga memiliki beberapa faktor diantaranya: Memperkirakan permintaan produk, Reaksi pesaing. Harga terjangkau daya beli konsumen, Harga bersaing dengan merek lain, Pemberian diskon atau potongan harga. Sehingga semakin



terjangkau harga bouquet fana maka daya beli konsumen semakin meningkat.

- c.  $\beta_2$  (nilai Koefisien regresi  $X_2$ ) sebesar 0.489 hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) yang artinya bahwa setiap kenaikan satuan variabel kualitas produk ( $X_2$ ), maka akan mempengaruhi peningkatan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0.489.

Dari hasil persamaan regresi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Hal ini sejalan dengan teori yang menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi diantaranya: Bentuk (Form), Ciri-ciri produk (Features), Kinerja (Performance), Ketepatan/Kesesuaian (Conformance), Ketahanan (Durability), Keandalan (Reliability), Kemudahan perbaikan (Repairability), Gaya (Style), Desain (Design). Sehingga apabila perusahaan menjaga kualitas produk yang unggul seperti bentuk, ketahanan produk, maka perusahaan akan mengalami peningkatan.

**Tabel 4.13**  
**Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 <sup>a</sup>	.615	.606	1.664

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Nilai koefisien determinasi dalam penelitian sebesar 0.606 atau sebesar 60.6%, hal ini memberikan pemahaman bahwa keberadaan variabel  $x_1$ ,  $x_2$  secara bersamaan memberikan pengaruh sebesar 60.6% terhadap variabel  $y$ . Sementara sisinya sebesar 39.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

#### 4. Hasil Pengujian Hipotesis

##### a. Uji Secara Parsial (Uji T)

Uji hipotesis menggunakan uji  $t$ . Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat, sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Uji T (Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.439	2.068		-.696	.489
Harga	.650	.171	.333	3.806	.000
Kualitas Produk	.489	.081	.525	6.002	.000

Sumber: data primer Diolah, 2023

##### 1) Harga ( $X_1$ )

Dari hasil analisis data diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.806 sedangkan signifikansi sebesar  $0.000 \leq \alpha = 0,05$  dan  $df (n-k) = 87$  diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.98761 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti harga ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian .

## 2) Kualitas produk ( $X_2$ )

Dari hasil analisis data diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.002 sedangkan signifikansi sebesar  $0.000 \leq \alpha = 0,05$  dan  $df (n-k) = 87$  diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.98761 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian .

### b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.15**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	383.954	2	191.977	69.370	.000 <sup>b</sup>
	Residual	240.768	87	2.767		
	Total	624.722	89			

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil analisis data diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 69.37, sementara nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2.71, sedangkan signifikansi sebesar  $0.000 \leq \alpha = 0,05$ . Hal ini membuktikan bahwa bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

## D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko buket fana jember.

### 1. Pengaruh harga terhadap Keputusan pembelian pada Bouquet Fana

Berdasarkan hasil penelitian, harga yang ada pada Bouquet Fana berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.806 sedangkan signifikansi sebesar  $0.000 \leq \alpha = 0,05$  dan  $df (n-k) = 87$  diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.98761 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga  $H_1$  Pengaruh harga ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini merujuk pada kebenaran teori yang menjelaskan bahwa harga sebagai anteseden penting yang dirasakan nilai pelayanan. Oleh karena itu, dalam kisaran harga yang dapat diterima, harga yang lebih rendah untuk kualitas tertentu mengarah pada nilai yang dirasakan lebih tinggi dan akibatnya menjadi lebih besar niat untuk membeli. Harga adalah unsur indikator yang harus diperhatikan dalam keputusan pembelian produk untuk mendapatkan suatu manfaat lebih besar atau sama dengan biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut.<sup>50</sup>

Harga menjadi barometer bagi seseorang dalam melakukan atau menerima manfaat dari produk tersebut. Harga terkadang menjadi hal tidak diperhatikan manakala manfaat yang diterima atau dirasakan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Namun secara umum harga yang diinginkan oleh konsumen adalah murah dengan produk yang mewah. Secara umum

---

<sup>50</sup> Firza Oktavia Nurul Kumala dan Moch. Khoirul Anwar, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3," no. 2. (2020): 33.

konsumen akan berpikir atau cenderung menolak harga yang mahal dan akan mencari produk sejenis dengan harga yang lebih murah atau terjangkau. Harga produk bouquet Fana tergolong lebih terjangkau dengan produk lainnya, hal ini dikarenakan segemen pasar sasaran dari bouquet Fana adalah mahasiswa sehingga harga disesuaikan dengan kemampuan pasar dalam menyerap. Selanjutnya, harga menjelaskan tentang nilai tukar barang atau biaya yang diperlukan dalam memproduksi barang. Harga yang disajikan pada Bouquet Fana sudah tertera pada produk sehingga konsumen dengan mudah memilih produk yang sesuai dengan kemampuannya. Bouquet Fana menawarkan beragam produk yang sama dengan harga yang beragam. Keadaan ini menyebabkan konsumen dapat dengan mudah menentukan produk yang akan dibeli sesuai dengan kemampuannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori menurut kotler dan keller dalam dian ayu (2013) yang menyatakan bahwa harga secara tradisional telah diperlakukan sebagai penentu utama pilihan pembeli.<sup>51</sup> Hasil Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suhendri (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Dian Ayu, “Pengaruh Gaya Hidup Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300, *Jurnal Manajemen 1*, no.1 (2013), 223-233.

<sup>52</sup> Suhendri, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis 17*, no. 2, (2019).

## 2. Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian pada Bouquet Fana

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas produk yang ada pada Bouquet Fana membuktikan bahwa terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.002 sedangkan signifikansi sebesar  $0.000 \leq \alpha = 0,05$  dan  $df (n-k) = 87$  diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.98761 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga  $H_2$  Pengaruh kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini membenarkan teori yang mengatakan bahwa pilihan jenis produk apa yang akan dibeli adalah salah satu dari tujuh elemen yang ada. Ketika pelanggan yakin suatu produk diperlukan, pelanggan dapat memutuskan untuk membelinya. Metode terbaik untuk menarik perhatian pelanggan adalah kualitas barang yang ditawarkan bisnis. Intinya, seseorang membeli suatu produk bukan hanya karena dia ingin memiliki produk tersebut. Pembeli membeli barang dan jasa, karena barang atau jasa tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Dengan kata lain, seseorang membeli suatu produk bukan semata-mata karena produk fisiknya, melainkan karena manfaat yang muncul dari produk yang dibelinya

Kualitas produk adalah strategi yang digunakan oleh bisnis untuk mendapatkan pangsa pasar dengan menetapkan sejumlah perbedaan signifikan antara penawaran mereka dan orang-orang dari pesaing mereka.

---

Hal ini memungkinkan pelanggan untuk melihat atau merasakan bahwa produk berkualitas tinggi memiliki keunggulan dibandingkan rekan-rekannya yang lebih rendah. konsumen mengantisipasi. Konsumen tidak akan bosan dengan produk dari perusahaan yang produknya selalu inovatif karena mereka memiliki pilihan ketika membuat penilaian tentang apa yang harus dibeli dan bagaimana menggunakannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kotler dan Amstrong dalam Geo Vanny Maruli Tua (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki nilai yang memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil.<sup>53</sup> Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fenny Krisna Marpaung (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Harga Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Indomie Pada PT Alamjaya Wirasentosa Kabanjahepenelitian tersebut menyebutkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.<sup>54</sup>

### **3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian pada Bouquet Fana**

Berdasarkan pada hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan

---

<sup>53</sup> Geo Vanny Maruli Tua, “ *Pengaruh Kualitas Produk Dan Hara Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di CV. Citra Nauli Electricssindo Pekanbaru.*” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin 1*, no. 4. Et.al (2022): 145.

<sup>54</sup> Feny Marpaung, “ *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe,*” *Jurnal Manajemen*,(2022).

pembelian. Hal ini dibuktikan secara empiris dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 69.37, sementara nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.10, sedangkan signifikansi sebesar  $0.000 \leq \alpha = 0,05$ . Hal ini membuktikan bahwa bilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga  $H_1$  dan  $H_2$  Bahwa harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

Secara umum, konsumen percaya bahwa barang-barang mahal memiliki kualitas yang lebih tinggi, oleh karena itu ketika harga suatu produk terlalu rendah, mereka mulai meragukan kualitasnya secara keseluruhan. Harga biasanya merupakan hal pertama yang diperhatikan orang saat berbelanja, diikuti oleh sejumlah faktor lainnya. Perusahaan atau organisasi yang menjadikan kualitas produknya sebagai instrumen penting akan menikmati keunggulan dibandingkan pesaingnya dalam menguasai pasar karena tidak semua perusahaan mampu mencapai popularitas. Artinya sebuah perusahaan akan mampu bertahan di tengah persaingan bisnis ini jika perusahaan selalu mengevaluasi kualitas produk yang dihasilkannya dan kemudian meningkatkan kualitas produk tersebut. Jika kualitas suatu produk baik dan memenuhi kebutuhan atau harapan yang diinginkan oleh pembeli, maka pembeli tidak akan peduli dengan harga yang diberikan atau tidak akan merasa kasihan atas pengorbanan yang telah diberikan untuk membeli produk tersebut.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian



yang dilakukan oleh Marissa Grace Haque (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

<sup>55</sup>Namun hasil yang didapat dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Klisman (2021) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sementara harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.<sup>56</sup>



---

<sup>55</sup> Marissa Grace Haque, “Pengaruh kalitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Pada PT. Berlian Multitama Di Jakarta,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, (2020).

<sup>56</sup> Ronaldo Klisman, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi,” Skripsi Universitas Islam Riau, (2021).

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan pada analisis data serta uji hipotesis yang sudah dilakukan melalui penyebaran angket/kuesioner sesuai dengan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Bouquet Fana. Hal ini tentunya sesuai dengan teori yang menjelaskan bahwa: Harga merupakan unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan, selain itu harga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh pelanggan. Artinya semakin harga sesuai atau terjangkau maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian .
2. Dari hasil pengujian SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Bouquet Fana. Hal ini tentunya sesuai dengan teori yang menjelaskan dimensi kualitas produk yaitu: Bentuk (Form); Ciri-ciri produk (Features); Kinerja (Performance); Ketepatan/kesesuaian (Conformance); Ketahanan (Durability); Keandalan (Reliability) Kemudahan perbaikan (Repairability); Gaya (Style); Desain (Design). Artinya setiap peningkatan

dalam kualitas produk maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian.

3. Dari hasil SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1), kualitas produk (X2) bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Bouquet Fana. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk dan harga produk Bouquet Fana berpengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya semakin harga sesuai atau terjangkau maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian . Artinya harga yang lebih rendah untuk kualitas tertentu mengarah pada nilai yang dirasakan lebih tinggi dan akibatnya menjadi lebih besar niat untuk membeli. Selain itu kualitas mempunyai dampak langsung oleh kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu Toko Bouquet Fana harus menjaga harga dan kualitas yang baik agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dengan kata lain bahwa semakin baik kualitas produk bouquet fana yang diberikan perusahaan, maka keputusan pembelian konsumen bouquet fana akan meningkat.

## **B. Saran- saran**

Hasil penelitian ini kiranya peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Almamater UIN KHAS Jember

Penelitian ini bisa dijadikan untuk bahan referensi dan masukan untuk mengembangkan studi kepustakaan dalam bidang konsumsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel;- variabel lain diluar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## 3. Bagi Perusahaan

Untuk Toko Bouquet Fana agar Menetapkan harga terbaru sehingga konsumen dapat melakukan pembelian sesuai dengan harga yang tertera, dan memperhatikan segmen pasar berdasarkan pada karakteristik konsumen sebagai sasaran produk.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler, *"Prinsip-Prinsip Marketing,"* Jakarta: Salemba Empat Jakarta, 2018.
- Budiarti, dan Sari. *"Pengaruh Kualitas Produk Hara dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama)," Jurnal Universitas Potensi Utama, 2023*
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qurán dan Terjemahan.* Bandung: Cordoba, 2001.
- Dharasta. You, *"Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket (Studi Kasus Pada Jasa Travel Agent Diwilayah Yogyakarta)," Jurnal manajemen Dirgantara 10, no. 2. 2017.*
- Dwisaputra. Yudha, et.al. *"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Alam Bumi Lestari," Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora 1, " no. 2. 2022.*
- Ferdinan, Agusty. *"Metode Penelitian Manajemen," Badan Penerbit: Universitas Diponegoro, 2014.*
- Ghozali Imam, *"Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif,"* Semarang:Yoga Pratama, 2016.
- Haque Grace Marissa, *"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama Di Jakarta," Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis 2021, no. 1. 2020.*
- Hernama, dan Handrijaningsih. *"Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Impor di Kalangan Mahasiswa," Jurnal Universitas Gunadarma, 2020.*
- Kasanti. Novera et.al. *"Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard PT AIM Safety Indonesia," Jurnal Asian Journal Of Innovation and Intrepneurship 4, no. 01. 2019.*
- Klisman Ronaldo. *"Pengaruh Label Halal Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi," Skripsi Universitas Islam Riau, 2021.*
- Kotler dan Keller, *Manajemen pemasaran.* Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008.

- Krisna, Marpaung Fenny et.al. *"Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe," Jurnal Manajemen* 7, no. 1 2021.
- Kumala, Firza et.al. *"Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama," Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 2. 2020.
- Mardhiyah, Ainun. *"Persaingan Usaha Warung Tradisional Dengan Toko Modern," Jurnal Bisnis dan Manajemen* 8, no. 1. 2021
- Matilla dan Duman, *"The Of Affective Factors On Perceived Cruise Vacation Value," Tourism Management*, 2005.
- Mulyadi. M. Noorman, *" Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba," Jurnal Ilmiah Manajemen* 10, no. 3. 2022.
- Mustika, Rissa. *"Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pelanggan Produk Sprei Rise)." Jurnal Ilmiah MEA* 5, no. 3. 2021.
- Penyusun Tim. *Pedoman Penulis Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2019.
- Saputra, Ridho. *"Pengaruh Harga Dan KualitasProduk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru," Skripsi Universitas Islam Riau*, 2020.
- Sari Rissa Mustika, dan Prihartono. *"Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pelanggan Produk Sprei Rice)." Jurnal Politeknik Piksi Ganesha Bandung*, 2022.
- Sarwoko, *Dasar-Dasar Ekonometri*, Yogyakarta: Andi, 2010.
- Septiayu Indah. *"Pengaruh Brand Image Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Rabbani (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Nurul Islam Jember," Skripsi Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Jember*, 2019.
- Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif DAN R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suhendri, *"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci," Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 2. 2019.

Sujarweni V. Wiratna, “ *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*,” Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015.

Sukotjo dan Swasta, “*Manajemen Pemasaran Modern.*” Yogyakarta: Liberty, 2010

Susanto dan Fadhilah Muinah, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea,*” *Jurnal Ilmiah MEA*, 2020.

Tjiptono Fandy, “*Strategi Pemasaran,*” Andi Offset, Yogyakarta, 2015



[illegible]





	2. Terikat Keputusan pembelian	1) Pilihan produk 2) Pilihan merek 3) Pilihan penyalur 4) Jumlah pembelian 5) Waktu pembelian 6) Metode pembayaran			
--	--------------------------------	---	--	--	--

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Airatul Fadriyah  
Nim : E20192312  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad  
Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain maka saya bersedia untuk diproses secara peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 09 Oktober 2023  
Saya yang menyatakan



AIRATUL FADRIYAH  
Nim. E20192312

## KUESIONER

### PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BOUQUET FANA

#### I. Identitas Responden

Nama :  
Usia :  
Pendidikan Terakhir yang ditempu :  
Pekerjaan Saat ini :

#### II. Petunjuk Pengisian

Untuk pernyataan-pernyataan dibawah ini, anda dimohon untuk memberikan jawaban terhadap semua pernyataan dalam lembar kuesioner dengan memberikan penilaian tentang sejauh mana pernyataan ini sesuai dengan keadaan sesungguhnya. Jawablah pertanyaan atau pernyataan berikut ini dengan memberi tanda silang (X) yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Sanagat setuju (SS)	Setuju (S)	Cukup setuju (CS)	Tidak setuju (TS)	Sangat tidak setuju (STS)
5	4	3	2	1

#### A. Harga

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya, harga produk yang saya beli sangat terjangkau					
2	Saya mencari produk yang relative lebih murah dari merek sejenis					
3	Saya memilih produk dengan banyak diskon atau potongan					

#### B. Kualitas Produk

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk Bouquet Fana memiliki bentuk yang variatif					
2	Produk Bouquet Fana bisa ditambahkan dengan perlengkapan lainnya sesuai selera konsumen					
3	Produk Bouquet Fana memiliki karakteristik yang					

	unik dan menarik					
4	Produk Bouquet Fana sesuai dalam pemilihan kombinasi					
5	Produk Bouquet Fana tidak mudah rusak					
6	Produk Bouquet bisa bertahan kualitas mutunya hampir 1 tahun					
7	Produk Bouquet Fana memiliki kemudahan diperbaiki manakala terjadi kerusakan					
8	Produk Bouquet Fana memiliki modifikasi sesuai dengan tren					
9	Produk Bouquet Fana memiliki banyak desain bentuk dan motif					



### C. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya melakukan pembelian karena produk lebih diunggulkan dari produk lainnya					
2	Saya melakukan pembelian karena sesuai dengan kebutuhan saya					
3	Saya melakukan pembelian melihat kemudahan dalam memperoleh produk tersebut					
4	Saya melakukan pembelian dengan jumlah yang banyak					
5	Saya melakukan pembelian karena bisa dibeli kapan saja					
6	Saya melakukan pembelian karena memiliki metode pembayaran yang menyesuaikan					





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136  
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id)  
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-145 /Un.22/7.a/PP.00.9/06/2023  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

13 Juni 2023

Kepada Yth.

Pemilik Toko Bouquet Fana

Jl. Jum'at Karang Mluwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kab. Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Airatul Fadriyah  
NIM : E20192312  
Semester : VIII (delapan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

Untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bouquet Fana Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
JEMBER  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
Airatul Widyawati Islami Rahayu



## SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kirana Arsyah Riadi S.pd  
Jabatan : Pemilik Toko Bouquet Fana  
Alamat : Jl. Mataram, Mangli, Jember (Double way kiri, UIN KHAS Jember)

Menerangkan bahwa :

Nama : Airatul Fadriyah  
Nim : E20192312  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Alamat : Dusun Dedder, Desa Cangkreng, Kec Lenteng Kab. Sumenep

Nama tersebut diatas, benar-benar telah melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mulai 16 Juni – 21 Agustus 2023 di Toko Bouquet Fana Jember, dengan Judul Penelitian : **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bouquet Fana Jember”**.

Demikian surat keterangan penelitian ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 21 Agustus 2023

Pemilik

Kirana Arsyah Riadi S.Pd



### JURNAL PENELITIAN

Nama : Airatul Fadriyah

Nim : E20192312

Judul : Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
Pada Toko Bouquet Fana Jember

No	Tanggal	Uraian Kegiatan	TTD
1.	16 Juni 2023	Menyertakkan surat izin penelitian	
2.	11 Juli 2023	Mulai membuat kuesioner penelitian angket	
3.	19 Juli 2023	Mulai penelitan dengan menyebarkan kuesioner berupa angket kepada konsumen Bouquet Fana	
4.	01 Agustus 2023	Mulai input data yang dikelola dalam SPSS 21	
5.	05-20 Agustus 2023	Mengelola data di SPSS 21	
6.	21 Agustus 2023	Melakukan analisis data	
7.	21 Agustus 2023	Selesai Penelitian	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER, 10 November 2023  
Dosen Pembimbing



Dr. Hj Nurul Setianingrum, S.E., M.M.  
NIP.196905231998032001



## DOKUMENTASI



Meminta izin untuk melakukan penelitian



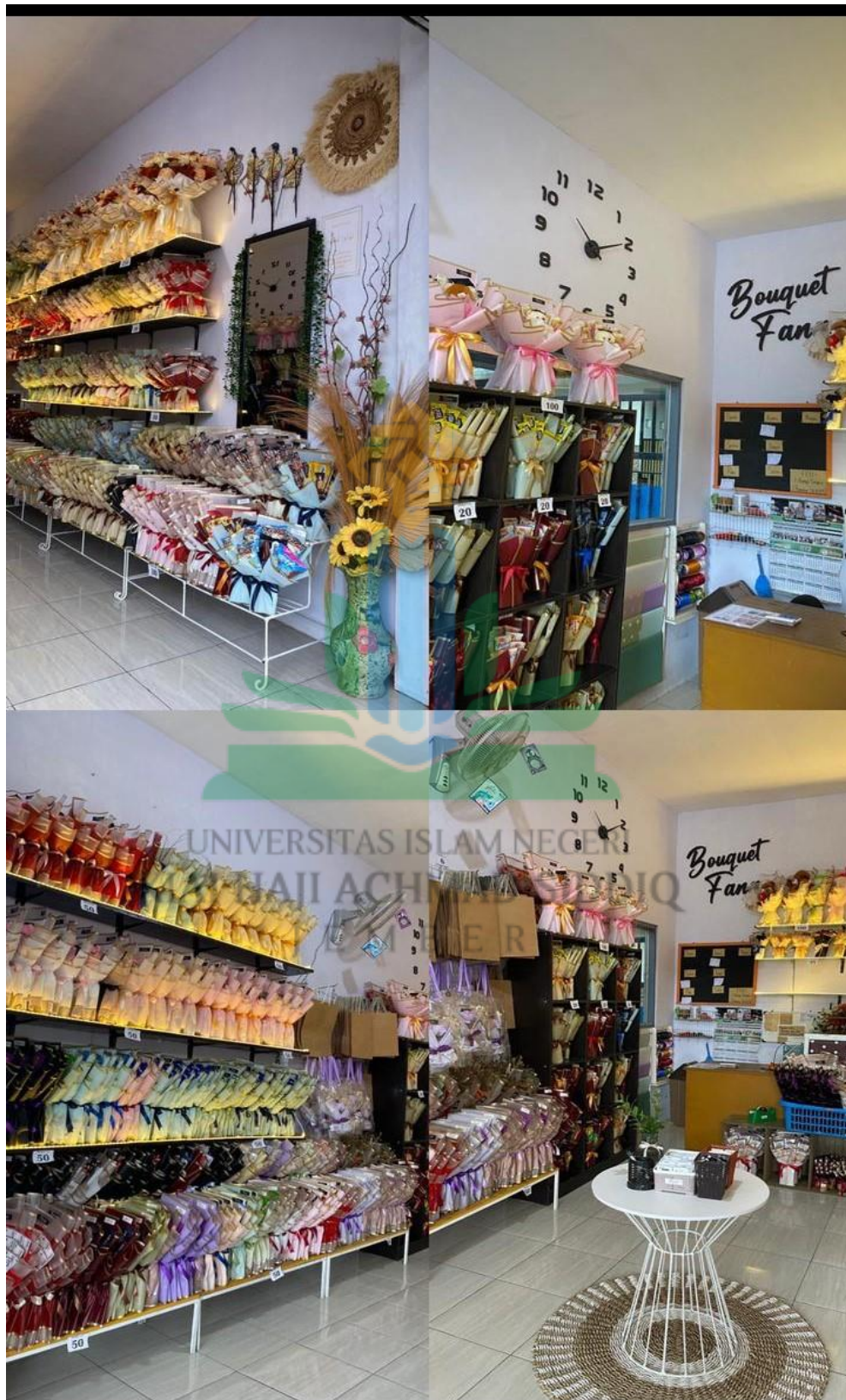
Foto bersama owner bouquet fana

Menyebarkan kuesioner kepada konsumen bouquet fana





Gambar Toko Bouquet Fana



### TABULASI DATA

No			Pendidikan		Pekerjaan		Kelamin	
	Kategori	Kode	Kategori	Kode	Kategori	Kode	Kategori	Kode
1	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
2	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Laki-laki	1
3	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Perempuan	2
4	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Laki-laki	1
5	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Laki-laki	1
6	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
7	23-28 tahun	2	SMP	1	Wiraswasta	2	Perempuan	2
8	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
9	23-28 tahun	2	SMA	2	IRT	3	Perempuan	2
10	23-28 tahun	2	SMP	1	Pelajar	1	Laki-laki	1
11	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
12	23-28 tahun	2	SMP	1	IRT	3	Perempuan	2
13	23-28 tahun	2	SMP	1	IRT	3	Perempuan	2
14	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
15	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
16	23-28 tahun	2	Sarjana	3	Wiraswasta	2	Perempuan	2
17	23-28 tahun	2	SMA	2	IRT	3	Perempuan	2
18	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
19	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
20	23-28 tahun	2	Sarjana	3	Pelajar	1	Perempuan	2
21	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Laki-laki	1
22	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
23	23-28 tahun	2	SMP	1	IRT	3	Perempuan	2
24	23-28 tahun	2	SMP	1	IRT	3	Perempuan	2

25	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
26	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Laki-laki	1
27	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
28	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
29	23-28 tahun	2	Sarjana	3	Pelajar	1	Perempuan	2
30	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Perempuan	2
31	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Laki-laki	1
32	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Laki-laki	1
33	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
34	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Pelajar	1	Perempuan	2
35	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Perempuan	2
36	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Pelajar	1	Perempuan	2
37	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
38	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Perempuan	2
39	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
40	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
41	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Laki-laki	1
42	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Pelajar	1	Laki-laki	1
43	23-28 tahun	2	SMP	1	Wiraswasta	2	Perempuan	2
44	17-22 tahun	1	SMP	1	Pelajar	1	Perempuan	2
45	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Perempuan	2
46	17-22 tahun	1	SMP	1	Pelajar	1	Perempuan	2
47	29-34 tahun	3	SMP	1	IRT	3	Perempuan	2
48	17-22 tahun	1	SMP	1	Pelajar	1	Perempuan	2
49	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
50	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Pelajar	1	Laki-laki	1
51	23-28 tahun	2	SMP	1	IRT	3	Perempuan	2

52	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
53	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
54	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
55	29-34 tahun	3	SMP	1	IRT	3	Perempuan	2
56	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Wiraswasta	2	Perempuan	2
57	29-34 tahun	3	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
58	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
59	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
60	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
61	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Pelajar	1	Perempuan	2
62	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
63	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Laki-laki	1
64	23-28 tahun	2	SMA	2	Pelajar	1	Laki-laki	1
65	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Perempuan	2
66	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Pelajar	1	Perempuan	2
67	23-28 tahun	2	Sarjana	3	Wiraswasta	2	Perempuan	2
68	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Pelajar	1	Perempuan	2
69	23-28 tahun	2	SMA	2	IRT	3	Perempuan	2
70	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Laki-laki	1
71	23-28 tahun	2	SMA	2	IRT	3	Perempuan	2
72	23-28 tahun	2	SMP	1	IRT	3	Perempuan	2
73	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Pelajar	1	Perempuan	2
74	17-22 tahun	1	SMP	1	Pelajar	1	Perempuan	2
75	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Laki-laki	1
76	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
77	29-34 tahun	3	Sarjana	3	IRT	3	Perempuan	2
78	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2

79	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Wiraswasta	2	Perempuan	2
80	29-34 tahun	3	Sarjana	3	IRT	3	Perempuan	2
81	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
82	23-28 tahun	2	SMA	2	IRT	3	Perempuan	2
83	23-28 tahun	2	SMA	2	Wiraswasta	2	Laki-laki	1
84	23-28 tahun	2	SMA	2	IRT	3	Perempuan	2
85	23-28 tahun	2	SMP	1	Pelajar	1	Perempuan	2
86	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Wiraswasta	2	Perempuan	2
87	17-22 tahun	1	Sarjana	3	Wiraswasta	2	Perempuan	2
88	23-28 tahun	2	SMA	2	IRT	3	Perempuan	2
89	17-22 tahun	1	SMA	2	Pelajar	1	Perempuan	2
90	29-34 tahun	3	Sarjana	3	IRT	3	Perempuan	2



No	Harga				Kualitas Produk										Keputusan Pembelian						
	1	2	3	Σ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Σ	1	2	3	4	5	6	Σ
1	3	3	4	10	3	4	4	3	3	4	4	4	3	32	3	4	4	3	4	3	21
2	4	4	3	11	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33	3	4	3	4	4	3	21
3	4	4	4	12	5	4	4	4	4	4	4	3	3	35	4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	12	3	4	3	4	3	4	3	4	5	33	3	4	5	4	3	5	24
5	3	3	4	10	4	3	4	3	4	3	4	4	3	32	4	3	4	3	4	4	22
6	4	3	3	10	4	4	4	3	3	4	3	4	3	32	3	4	4	4	4	3	22
7	5	4	5	14	4	5	4	4	4	5	5	4	3	38	4	5	4	5	4	5	27
8	5	4	3	12	3	3	4	4	3	3	3	4	3	30	3	3	4	4	4	3	21
9	4	4	4	12	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33	3	4	3	4	4	4	22
10	4	3	4	11	3	4	4	3	4	4	4	3	2	31	4	4	4	3	4	4	23
11	3	3	4	10	4	3	4	3	3	3	4	4	5	33	3	3	4	3	4	4	21
12	4	3	3	10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	3	23
13	5	4	4	13	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38	4	5	4	4	5	5	27
14	4	3	3	10	3	4	4	3	3	4	3	4	4	32	3	4	4	4	4	3	22
15	4	3	3	10	4	4	3	3	3	4	3	3	4	31	3	4	3	4	4	4	22



16	4	4	4	12	5	4	4	4	3	4	4	3	4	35	3	4	4	5	4	4	24
17	4	3	3	10	4	4	4	3	3	4	3	4	3	32	3	4	4	4	4	3	22
18	5	4	5	14	4	5	4	4	4	5	5	4	3	38	4	5	4	4	4	5	26
19	5	4	3	12	3	3	4	4	3	3	3	4	3	30	3	3	4	4	4	3	21
20	4	4	4	12	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33	3	4	3	4	4	4	22
21	4	3	4	11	3	4	4	3	4	4	4	3	2	31	4	4	4	3	4	4	23
22	3	3	4	10	4	3	4	3	3	3	4	4	5	33	3	3	4	3	4	4	21
23	4	3	3	10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	3	23
24	5	4	4	13	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38	4	5	4	4	5	5	27
25	5	4	3	12	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39	4	5	5	4	4	4	26
26	5	4	3	12	4	4	5	4	4	4	4	5	3	37	4	4	5	4	5	3	25
27	5	4	4	13	4	3	3	4	3	3	4	3	4	31	3	3	3	4	3	2	18
28	3	4	3	10	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34	3	4	4	4	4	4	23
29	4	4	4	12	5	4	4	4	4	4	5	3	4	37	4	4	4	3	4	2	21
30	4	4	3	11	4	4	3	4	4	4	4	5	4	36	4	4	3	3	3	3	20
31	5	4	4	13	3	4	4	4	3	4	4	5	4	35	3	4	4	4	4	3	22
32	4	4	5	13	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34	4	4	4	5	5	4	26

33	3	3	3	9	4	2	3	3	3	2	4	3	3	27	3	2	3	3	3	2	16
34	4	4	3	11	5	4	4	4	3	4	4	4	4	36	3	4	4	3	4	4	22
35	3	3	4	10	4	3	3	3	4	3	4	4	3	31	4	3	3	4	3	3	20
36	3	3	3	9	3	3	4	3	4	3	4	3	4	31	4	3	4	3	3	3	20
37	5	4	4	13	4	3	3	4	3	3	4	3	4	31	5	5	5	4	4	4	27
38	3	4	3	10	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34	3	4	4	4	4	4	23
39	4	4	4	12	5	4	4	4	4	4	5	3	4	37	4	4	4	3	4	2	21
40	4	4	3	11	4	4	3	4	4	4	4	5	4	36	4	4	3	3	3	3	20
41	5	4	4	13	3	4	4	4	3	4	4	5	4	35	4	5	5	4	4	5	27
42	4	4	5	13	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34	4	4	4	3	3	4	22
43	3	3	3	9	4	2	3	3	3	2	4	3	3	27	3	2	3	3	3	2	16
44	4	4	3	11	5	4	4	4	3	4	4	4	4	36	3	4	4	3	4	4	22
45	3	3	4	10	4	3	3	3	4	3	4	4	3	31	4	3	3	4	3	3	20
46	3	3	3	9	3	3	4	3	4	3	4	3	4	31	4	3	4	3	3	3	20
47	5	4	5	14	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	5	5	5	4	4	27
48	5	4	3	12	3	4	4	4	3	4	3	4	3	32	3	4	4	3	4	2	20
49	4	4	4	12	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33	3	4	3	3	4	2	19

50	4	3	4	11	3	3	4	3	4	3	3	3	2	28	4	3	4	3	4	2	20
51	3	3	4	10	4	3	4	3	3	3	4	4	3	31	3	3	4	4	4	4	22
52	4	3	3	10	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34	4	4	4	4	4	2	22
53	5	4	4	13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	5	5	4	27
54	4	3	3	10	3	4	4	3	3	4	3	4	4	32	3	4	4	3	4	4	22
55	4	3	3	10	4	4	3	3	3	4	3	3	4	31	3	4	3	3	4	3	20
56	4	4	4	12	5	4	4	4	3	4	4	3	4	35	3	4	4	3	4	4	22
57	5	4	4	13	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39	4	5	5	4	4	5	27
58	5	4	3	12	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	4	4	3	4	3	22
59	5	4	3	12	3	4	4	4	3	4	3	4	3	32	3	4	4	2	4	2	19
60	3	3	4	10	4	3	3	3	3	3	3	4	4	30	3	3	3	3	4	3	19
61	4	3	4	11	5	4	4	3	4	4	4	3	4	35	4	4	4	3	4	4	23
62	3	3	4	10	4	4	4	3	3	4	4	4	5	35	3	4	4	4	4	4	23
63	4	3	3	10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	3	23
64	5	4	4	13	4	3	4	4	4	3	4	4	5	35	4	4	4	5	5	5	27
65	4	3	3	10	3	4	4	3	3	4	3	4	3	31	3	4	4	3	4	2	20
66	4	3	3	10	4	4	3	3	3	4	3	3	4	31	3	4	3	3	4	3	20

67	4	4	4	12	5	5	4	4	3	5	4	3	4	37	3	5	4	3	4	4	23
68	5	4	3	12	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	4	4	5	4	4	3	24
69	4	3	3	10	4	4	3	3	3	4	3	3	4	31	3	4	3	4	4	4	22
70	3	3	3	9	4	3	4	3	3	3	4	3	3	30	3	3	4	3	3	3	19
71	4	3	3	10	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29	3	4	3	2	3	2	17
72	4	4	3	11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3	4	4	4	4	3	22
73	3	3	3	9	4	4	3	3	4	4	3	3	3	31	4	4	3	4	3	3	21
74	4	3	4	11	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34	4	4	4	2	4	4	22
75	4	3	3	10	4	4	4	3	3	4	4	3	3	32	3	4	4	3	3	3	20
76	3	3	3	9	3	4	3	3	3	4	3	3	2	28	3	4	3	2	3	2	17
77	3	4	3	10	4	5	3	4	3	5	3	3	3	33	3	5	3	4	4	3	22
78	3	4	3	10	3	5	4	4	3	5	4	3	3	34	3	5	4	3	4	3	22
79	4	3	3	10	4	4	3	3	3	4	3	3	4	31	3	4	3	3	4	3	20
80	4	4	4	12	5	5	4	4	3	5	4	3	4	37	3	5	4	5	4	4	25
81	5	4	3	12	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	4	4	5	4	4	3	24
82	4	3	3	10	4	4	3	3	3	4	3	3	4	31	3	4	3	4	4	4	22
83	3	3	3	9	4	3	4	3	3	3	4	3	3	30	3	3	4	3	3	3	19

84	4	3	3	10	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29	3	4	3	2	3	2	17
85	4	4	3	11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3	4	4	4	4	3	22
86	3	3	3	9	4	4	3	3	4	4	3	3	3	31	4	4	3	4	3	3	21
87	4	3	4	11	3	4	4	3	4	3	4	4	4	33	4	4	4	2	4	4	22
88	4	3	3	10	4	4	4	3	4	4	4	3	3	33	3	4	4	3	3	3	20
89	3	3	3	9	3	4	3	3	3	4	3	3	2	28	3	4	3	2	3	2	17
90	3	4	3	10	4	5	3	4	4	3	3	3	3	32	3	5	3	4	4	3	22

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## HASIL SPSS

### Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-22 tahun	34	37.8	37.8	37.8
23-28 tahun	50	55.6	55.6	93.3
29-34 tahun	6	6.7	6.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

### Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	16	17.8	17.8	17.8
SMA	55	61.1	61.1	78.9
Sarjana	19	21.1	21.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	53	58.9	58.9	58.9
Wiraswasta	19	21.1	21.1	80.0
IRT	18	20.0	20.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	16	17.8	17.8	17.8
Perempuan	74	82.2	82.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Uji Instrumen

Harga

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	7.01	.775	.450	.406
Item 2	7.47	1.038	.538	.325
Item 3	7.48	1.151	.251	.685

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	3

#### Kualitas Produk

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 4	29.37	6.864	.288	.684
Item 5	29.33	6.270	.461	.648
Item 6	29.48	6.589	.428	.657
Item 7	29.71	6.545	.509	.645
Item 8	29.79	7.157	.263	.687
Item 9	29.37	6.212	.479	.644
Item 10	29.52	6.544	.403	.661
Item 11	29.60	6.984	.247	.692
Item 12	29.61	6.690	.270	.692

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.694	9

## Keputusan Pembelian

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 13	18.50	5.893	.337	.741
Item 14	18.00	5.236	.466	.710
Item 15	18.12	5.232	.507	.700
Item 16	18.41	4.852	.483	.707
Item 17	18.11	5.403	.550	.695
Item 18	18.58	4.134	.590	.676

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	6

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## Uji Asumsi Kalsik

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Harga	.578	1.730
Kualitas Produk	.578	1.730

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

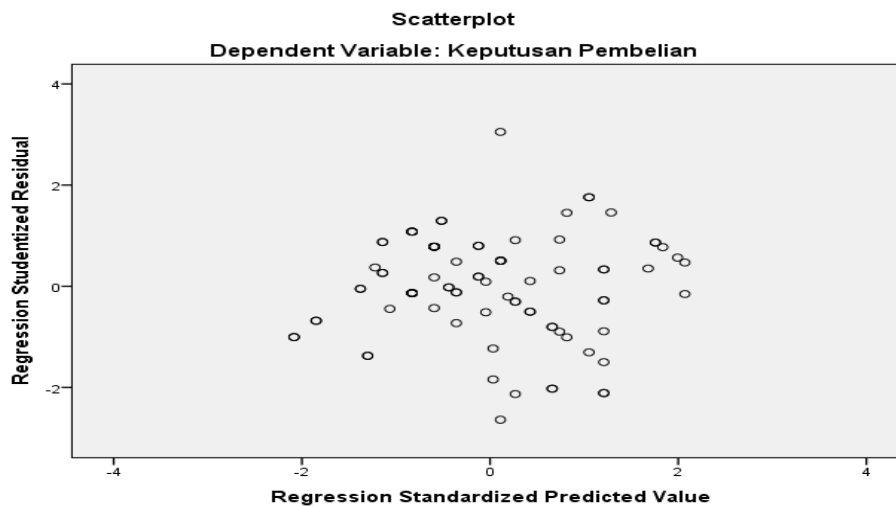
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64476671
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.062
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.123 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



## Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk, Harga <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 <sup>a</sup>	.615	.606	1.664

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

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	383.954	2	191.977	69.370	.000 <sup>b</sup>
	Residual	240.768	87	2.767		
	Total	624.722	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.439	2.068		-.696	.489
Harga	.650	.171	.333	3.806	.000
Kualitas Produk	.489	.081	.525	6.002	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



TABEL R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307

TABEL T

<b>Pr df</b>	<b>0.25 0.50</b>	<b>0.10 0.20</b>	<b>0.05 0.10</b>	<b>0.025 0.050</b>	<b>0.01 0.02</b>	<b>0.005 0.010</b>	<b>0.001 0.002</b>
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

TABEL F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)					
	1	2	3	4	5	6
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26
59	4	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26
60	4	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25
61	4	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25
62	4	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24
69	3.98	3.13	2.74	2.5	2.35	2.23
70	3.98	3.13	2.74	2.5	2.35	2.23
71	3.98	3.13	2.73	2.5	2.34	2.23
72	3.97	3.12	2.73	2.5	2.34	2.23
73	3.97	3.12	2.73	2.5	2.34	2.23
74	3.97	3.12	2.73	2.5	2.34	2.22
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-01.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Airatul Fadriyah  
NIM : E20192312  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bouquet Fana Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 01 November 2023

An. Dekan  
Kepala Bagian Akademik  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Airatul Fadriyah

NIM : E20192312

Semester : IX (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 20 Oktober 2023  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

Dr. M.F. Hidayatullah S.H.I. M.S.I

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R





## BIODATA PENULISAN



Nama : Airatul Fadriyah

Tempat/ Tanggal Lahir : Sumenep, 10 September 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Nim : E20192312

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan/ Prodi : Ekonomi Syariah

Alamat Asal : Dusun Dedder RT 006 RW 002, Desa Cangkreng,  
Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep

Telepon : 087752833759

Riwayat Pendidikan : SDN CANGKRENG 1  
MTS TANWIRUL HIJA  
SMA ATTAUFIQIYAH  
UIN KIAI ACHMAD SIDDIQ JEMBER