

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY SPSPORTWEAR KEDIRI

Andi Fajar Trimukti<sup>1</sup>, Sri Aliami<sup>2</sup>, Susi Damayanti<sup>3</sup>

<sup>1),2),3)</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

[fajarandi376@gmail.com](mailto:fajarandi376@gmail.com)

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 30/06/2024

Tanggal Revisi : 04/07/2024

Tanggal Diterima : 10/07/2024

### Abstract

*The purpose of this study was to determine how the Kediri Spssportwear purchasing decision is influenced by product quality, promotion, and price. The research method used is quantitative causality. A total of 40 participants from Spssportwear Kediri consumers were selected as research samples using non-probability sampling techniques combined with purposive sampling techniques. The classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, t test, and F test are the data analysis methods used in this study. Based on the test results, the product quality variable has no significant effect on purchasing decisions partially by 0.124, the promotion variable has a significant effect on purchasing decisions partially by 0.004, and the price variable has a significant effect on purchasing decisions partially by 0.001. The variables of product quality, promotion, and price have a simultaneous effect on purchasing decisions of 0.000.*

**Keywords: Product Quality, Promotion, Price, Purchase Decision**

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian Spssportwear Kediri dipengaruhi oleh kualitas produk, promosi, dan harga. Metode penelitian yang digunakan adalah kausalitas kuantitatif. Sebanyak 40 peserta dari konsumen Spssportwear Kediri dipilih sebagai sampel penelitian menggunakan teknik sampling non-probabilitas yang dipadukan dengan teknik purposive sampling. Uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F merupakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian, variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial sebesar 0,124, variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial sebesar 0,004, dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial sebesar 0,001. Variabel kualitas produk, promosi, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 0,000.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian**

## PENDAHULUAN

Di era modern saat ini kebutuhan akan sandang terutama penampilan/ mode gaya pakaian sangatlah penting bagi satu individu. Salah satunya yang sangat digemari oleh kalangan masyarakat banyak yaitu Jersey. Jersey merupakan pakaian bagian atas yang dapat menunjang kepercayaan diri seseorang, dengan memilih model yang casual dan nyaman digunakan kaos tersebut dapat menjadi pilihan utama masyarakat yang ingin berpergian dengan santai atau hanya sekedar digunakan di dalam rumah. Biasanya anak muda sekarang lebih menyukai untuk menggunakan pakaian seperti kaos dikarenakan memiliki model yang simple dan nyaman digunakan oleh sehari-hari baik digunakan oleh pria maupun wanita. Dan seringkali kebanyakan orang lebih suka kaos tersebut diberi desain gambar yang unik yang sesuai dengan selera dari masing-masing orang. Jersey sendiri diberikan desain untuk memberikan kenyamanan kepada penggunanya. Selain itu pada saat ini sering kali banyak perusahaan yang ingin menampilkan lebih banyak produk yang di produksi kepada masyarakat dengan membuat iklan seperti di media social dan media lainnya. Seperti yang banyak kita ketahui sekarang ini banyak sekali pengguna Instagram yang ikut untuk memasarkan produk yang perusahaan tersebut jual. Apakah dengan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dengan membuat iklan di media social dan media lainnya dapat meningkatkan minat beli sebanyak yang diharapkan oleh perusahaan tersebut.

Selain dari hal diatas dapat diketahui juga bahwa pengembangan usaha dan pembukaan usaha semakin di lirik dan diminati oleh masyarakat dan pemerintah, untuk dijadikan salah satu upaya dalam kegiatan mengurangi pengangguran dan kemiskinan di negara ini. Percetakan/ sablon telah menjadi tren dimana-mana dan menghasilkan produk yang sangat bermanfaat bagi masyarakat luas. Contoh produk yang dihasilkan oleh percetakan sablon adalah seperti yang telah saya jelaskan diatas yaitu berupa tulisan atau gambar pada kaos,

bendera, spanduk, umbul-umbul, dan lain-lain. Dan salah satu yang paling mudah diusahakan saat ini adalah sablon pada kaos. Barang kebutuhan primer ini sangatlah banyak jenis gambar yang merupakan hasil dari percetakan sablon.

Kualitas Produk ialah salah satu aspek penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk jersey Spsportwear Kediri. Manfaat produk dapat disampaikan melalui ciri-ciri produk berwujud, salah satunya adalah kualitas produk. Dalam menjalankan bisnisnya spsportwear Kediri juga menjaga kualitas dari produknya. Kualitas merupakan salah satu faktor pertimbangan perusahaan sebelum melakukan pemasaran. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar, warna, bentuk, pembungkus dan sebagainya[1].

Harga adalah salah satu variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian. Seperti yang dijelaskan [2] harga telah menjadi aspek yang paling penting dalam menetapkan keputusan para pembeli. Maka secara garis besar harga ialah nilai lengkap yang diperjualbelikan pada pembeli untuk keuntungan memiliki barang atau jasa. Jika semua itu tercipta dengan baik dari harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik, maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk [3]

Promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dari pelanggan. Promosi sendiri berarti mengenalkan suatu produk dengan suatu cara tertentu dan memiliki tujuan supaya produk itu menjadi dikenal oleh banyak orang. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu pemasaran. [4] promosi adalah menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan menarik tentang organisasi dan merek.

Beberapa penelitian tentang keputusan pembelian konsumen telah dilakukan oleh para peneliti. Sebuah penelitian mengenai bagaimana kualitas produk, harga, dan promosi memengaruhi keputusan pembelian produk hangiri banyumanik di Kota Semarang. Dengan hasil bahwa di hangiri banyumanik di Kota Semarang, variabel kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh yang simultan atau parsial yang substansial terhadap keputusan pembelian[5]. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi dan penetapan harga penting atau berpengaruh terhadap keputusan pembelian saat berbelanja produk Wardah di Kota Manado[6].

Tetapi kualitas produk tidak signifikan atau tidak berpengaruh. Kualitas produk, promosi, dan harga hanyalah beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli barang. Namun ada beberapa penelitian yang melihat bagaimana kualitas produk, promosi, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian. penetapan pembelian ialah interaksi penggabungan yang mengkonsolidasikan informasi untuk menilai setidaknya 2 pilihan alternatif kemudian memilih satu diantaranya. [7].

Dari analisis dan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Spsportwear Kediri".

## METODE

Penelitian kuantitatif adalah penelitian secara umum menggunakan teknik observasi non-partisipan, wawancara terstruktur, atau teknik lain seperti survei dan kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kausal untuk mengukur dampak kausal dari variabel pemasaran (kualitas produk, promosi, dan harga) terhadap keputusan pembelian yang dibuat pada Spsportwear Kediri. Data ini dianalisis secara kuantitatif atau analisis statistik[8]

Lokasi penelitian adalah lokasi di mana survei dilakukan untuk mengumpulkan data dari konsumen Spsportwear Kediri, dengan alamat Spsportwear Kediri yang terletak di Jalan Perumahan Mojoroto Indah Blok V No. 10, Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112. Lokasi tersebut dipilih karena pelanggan Spsportwear Kediri dapat menggambarkan objek penelitian sesuai dengan variabel yang akan diteliti. Waktu penelitian adalah jumlah total waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data. Penelitian dilakukan selama empat bulan yaitu mulai Maret sampai Juni 2024.

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen Spsportwear Kediri saat ini yang telah melakukan setidaknya satu transaksi di Spsportwear Kediri. Sedangkan sampel penelitian ini mengacu pada teori yang disampaikan oleh Roscoe. Dengan menentukan jumlah sampel penelitian ini, menggunakan rumus dari Roscoe, menjelaskan cara bagaimana menentukan jumlah sampel di suatu penelitian:

1. Sebuah studi harus memiliki ukuran sampel 30-500 orang.

2. Jika sampel dipecah menjadi beberapa kelompok (seperti laki-laki-perempuan, pegawai sipil-swasta, dan lain-lain), harus ada setidaknya 30 anggota sampel dalam setiap kelompok.
3. Setidaknya sepuluh kali lebih banyak anggota sampel sebagai variabel akan dianalisis jika analisis multivariat (korelasi atau regresi berganda) digunakan dalam penelitian.
4. Ukuran sampel untuk studi eksperimental langsung dengan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol adalah antara 10 dan 20, masing-masing.

Berdasarkan penjelasan pada poin 3 yaitu jumlah anggota sampel paling sedikit sepuluh kali jumlah variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini responden terdiri dari empat variabel, maka besar sampelnya adalah  $4 \times 10 = 40$  responden sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 40.

Penentuan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, salah satu pendekatan untuk menentukan sampel dengan perhatian khusus digunakan bersama dengan *non-probability sampling* sebagai strategi pengambilan sampel untuk penyelidikan ini. *Non-probability sampling* adalah sampel spesifik yang dipilih berdasarkan karakteristik tertentu atau fitur pembeda serupa yang relevan dengan penelitian[9].

Adapun dua jenis sumber data di penelitian ini yakni: Sumber data primer yaitu pelanggan Spsportwear Kediri yang telah melakukan minimal satu kali transaksi di Spsportwear Kediri diberikan angket sebagai sumber data utama untuk penelitian ini. Sedangkan sumber data sekunder meliputi membaca buku, artikel, jurnal, dan peneliti mengumpulkan sumber data sekunder untuk penelitian ini dengan menggunakan referensi yang terkait pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya yang terkait pada penelitian ini.

Subjek penelitian menjadi fokus penelitian untuk menentation hubungan sebab akibat atau pengaruh dari variabel Y dan variabel X menggunakan pengumpulan data kuesioner. Kuesioner ialah metode pengumpulan data dengan memberikan responden daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis agar ditanggapi. Untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel yang diukur maka digunakan *Skala Likert* dengan lima pilihan jawaban yang terdiri atas Jawaban sangat setuju diberi skor 5, jawaban setuju diberi skor 4, jawaban kurang setuju diberi skor 3, jawaban tidak setuju diberi skor 2, dan jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1.

Analisis data dalam penelitian ialah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), Analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji hipotesis (meliputi uji t dan uji F). Yang dapat dijelaskan dibawah ini:

Berikut hasil uji kemampuan tes kevalidan data untuk mengukur yang hendak diukur ditentukan oleh validitasnya. Dengan menggunakan korelasi antara skor item pernyataan dan skor keseluruhan konstruk atau variabel, validitas dapat dievaluasi.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Butir Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,792	0,312	Valid
	X1.2	0,841		
	X1.3	0,675		
	X1.4	0,799		
	X1.5	0,875		
	X1.6	0,831		
	X1.7	0,737		
Promosi (X2)	X2.1	0,908	0,312	Valid
	X2.2	0,908		
	X2.3	0,861		
	X2.4	0,818		
	X2.5	0,866		
	X2.6	0,880		
Harga (X3)	X3.1	0,789	0,312	Valid
	X3.2	0,776		
	X3.3	0,808		
	X3.4	0,762		
	X3.5	0,780		

Variabel	Butir Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,841	0,312	Valid
	Y2	0,684		
	Y3	0,847		
	Y4	0,812		
	Y5	0,867		

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2024

Dapat diketahui bahwa nilai korelasi Pearson untuk semua item pertanyaan untuk setiap variabel lebih besar dari r<sub>tabel</sub> = 0,312, dan hasil perhitungan menggunakan software SPSS di atas, maka dapat diasumsikan bahwa kuesioner secara keseluruhan dapat mengukur elemen yang sama, sehingga sah.

Uji reliabilitas ialah salah satu uji untuk menunjukkan seberapa akurat dan konsisten suatu instrumen mengukur kuantitas tertentu. Rumus tabel *Alpha Cronbach* harus dijadikan sebagai tolak ukur untuk menentukan apakah uji ketergantungan ini reliabel atau tidak. Hasil uji reliabilitas yang diuraikan pada tabel 2, variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel sebab semua nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 ini memungkinkan untuk menggunakan kuesioner ini dalam penelitian.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,903	Reliabel
Promosi (X2)	0,938	Reliabel
Harga (X3)	0,837	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,869	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2024

Uji normalitas bertujuan agar mengetahui apakah variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya berdistribusi normal dalam model regresi. Sedangkan distribusi data pada sumbu diagonal grafik dapat digunakan untuk memilih model regresi yang wajar.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas. Dalam model yang baik, tidak boleh ada korelasi antara variabel independen. Jika terdapat korelasi, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel tidak ortogonal. Artinya, variabel independen memiliki nilai korelasi yang tidak sama dengan nol antara variabel independen.

Uji heteroskedastisitas dirancang agar dapat melihat bagaimana varians residual pada satu pengamatan berbeda dengan varians residual pada pengamatan yang lain dalam model regresi. Jika perbedaan ini ada, model regresi dikatakan heteroskedastis. Sementara homoskedastisitas membuat model regresi yang baik.

Analisis regresi dilakukan agar memperkirakan dan memprediksi mean atau nilai populasi variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Pada dasarnya, analisis regresi ialah penyelidikan ketergantungan suatu variabel terikat pada satu atau lebih variabel penjelas (variabel bebas).

Kemampuan suatu variabel bebas menjadi variabel terikat dievaluasi dengan menggunakan koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi ialah 0 sampai 1. Nilai R<sup>2</sup> paling rendah memperlihatkan bahwa faktorindependen hanya dapat menjelaskan sebagian variabilitas variabel dependen. Hampir semua informasi yang dipergunakan untuk memprediksi variasi variabel dependen disediakan kepada variabel independen ketika nilai R<sup>2</sup> mendekati satu.

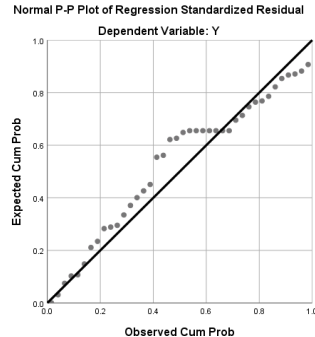
Uji t-statistik didasari pada memperlihatkan seberapa besar variabel independen memiliki pengaruh individual saat menjelaskan variasi variabel dependen. Uji ini digunakan untuk menguji koefisien regresi variabel bebas secara parsial. Pentingnya variabel bebas (kualitas produk, promosi, dan harga) dan variabel terikat (keputusan pembelian) diuji dengan cara individual atau parsial dengan uji-t.

Uji F didasari untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen (terikat). Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen atau terikat.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum dianalisis dengan teknik analisis regresi linier berganda, maka model persamaan regresi harus lolos uji asumsi klasik. Berikut disajikan hasil uji asumsi klasik persamaan regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan program SPSS Version 25.0 for Windows.

### Uji Normalitas



**Gambar 1. Normal Probability Plot**  
 Sumber : Data primer diolah peneliti, 2024

Berdasarkan plot probabilitas normal yang ditunjukkan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa residual memiliki nilai residual yang berdistribusi normal ketika titik data mendekati atau mengikuti diagonal.

### Uji Multikolinieritas

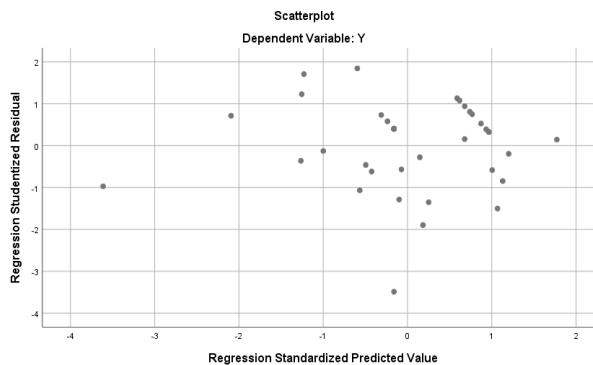
**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas**

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.242	4.132
.447	2.235
.305	3.282

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2024

Menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Promosi, dan Harga memiliki *tolerance* senilai 0,242; 0,447; 0,305 dan VIF sebesar 4,132; 2,235; 3,282. Kriteria tidak terjadi multikolinieritas ialah nilai VIF lebih kecil daripada sepuluh dan nilai *Tolerance* lebih besar daripada 0,1. Ringkasan dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

### Uji Heterokedastisitas



**Gambar 2. Grafik Scatterplot**  
 Sumber : Data primer diolah peneliti, 2024

Grafik scatterplot memperlihatkan bahwa titik memanjang pada gambar diatas dan di bawah nilai nol dari sumbu y tanpa pola tertentu, memperlihatkan bahwa varians tidak seragam dari model regresi benar.

### Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terkait pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Spsportwear Kediri.

**Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.889	1.674		1.128	.267
	Kualitas Produk	.170	.108	.220	1.577	.124
	Promosi	.246	.079	.320	3.111	.004
	Harga	.536	.145	.461	3.705	.001

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2024

Dari hasil output regresi di atas didapati persamaan regresi yaitu:

$$Y = 1,889 + 0,170X_1 + 0,246X_2 + 0,536X_3$$

Dengan Y adalah keputusan pembelian;  $X_1$  adalah kualitas produk;  $X_2$  adalah promosi; dan  $X_3$  adalah harga. Tafsiran dari masing-masing variabel prediktor, yakni:

- 14.477 adalah nilai konstanta. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 14,477 jika variabel kualitas produk ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ) dipertahankan konstan.
- Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,350 menunjukkan bahwa kualitas produk di dalam toko memiliki dampak yang menguntungkan pada keputusan konsumen. Oleh karena itu, keputusan pembelian akan meningkat senilai 0,170 untuk setiap kualitas produk.
- Promosi berkorelasi positif dengan keputusan pembelian dan ditunjukkan dengan faktor regresi promosi sebesar 0,246. Akibatnya, keputusan pembelian akan naik sebesar 0,246 untuk setiap kenaikan promosi 1.
- Harga berdampak menguntungkan terhadap keputusan pembelian, menurut koefisien regresi harga sebesar 0,103. Oleh karena itu, setiap harga tambahan akan meningkatkan pilihan untuk membeli sebesar 0,536.

Berdasarkan penelitian ini, variabel harga ( $X_3$ ) dengan nilai 0,536 memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli barang di Spsportwear Kediri, diikuti dengan variabel promosi ( $X_2$ ) dengan nilai 0,246, dan produk variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dengan nilai 0,170.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi adalah suatu analisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara simultan dari Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Spsportwear Kediri.

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911 <sup>a</sup>	.830	.816	1.302

a. Predictors: (Constant), HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2024

Dilihat pada hasil analisis tabel berikut, nilai *Adjusted R Square* ialah 0,816, memperlihatkan bahwa ulasan produk, promosi, dan harga hanya dapat menjelaskan 81,6% dari varians dalam keputusan pembelian, dengan 18,4% sisanya dapat dijabarkan oleh variabel lain tidak termasuk pada penelitian ini.

### Penguji Hipotesis

Hasil pengujian t-test pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Spsportwear Kediri terlihat pada penjelasan sebagai berikut.

### Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.889	1.674		1.128	.267
	Kualitas Produk	.170	.108	.220	1.577	.124
	Promosi	.246	.079	.320	3.111	.004
	Harga	.536	.145	.461	3.705	.001

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2024

Uji hipotesis parsial untuk masing-masing variabel independen dengan variabel dependen adalah, yang sesuai pada hasil uji parsial pada tabel di atas:

1. Variabel Kualitas Produk (X1)

Dapat dikatakan bahwa variabel X1 secara sendiri tidak berpengaruh secara substansial (signifikan) terhadap variabel keputusan pembelian atau bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Spsportwear Kediri ketika nilai Sig. 0,124 lebih besar daripada alpha 0,05.

2. Variabel Promosi (X2)

Dapat dikatakan bahwa variabel X2, diambil sendiri, memiliki pengaruh yang substansial (signifikan) terhadap variabel keputusan pembelian atau bahwa promosi secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian di Spsportwear Kediri ketika nilai Sig. 0,004 lebih kecil dari alpha 0,05.

3. Variabel Harga (X3)

Dapat dikatakan bahwa variabel X3, diambil sendiri, memiliki pengaruh yang substansial (signifikan) terhadap variabel keputusan pembelian atau bahwa harga secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian di Spsportwear Kediri ketika nilai Sig. 0,001 lebih kecil dari alpha 0,05.

### Uji Simultan (Uji F)

Pengujian secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F. Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Spsportwear Kediri. Berikut adalah hasil uji statistik F.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)  
 ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297.779	3	99.260	58.583	.000 <sup>b</sup>
	Residual	60.996	36	1.694		
	Total	358.775	39			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2024

Dari tabel berikut, jika nilai Sig. 0,000 lebih kecil dari Alpha 0,05, maka dapat melihat bahwa Ho ditolak. Maka dengan ini memperlihatkan bahwa variabel kualitas produk, promosi, dan harga secara simultan dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Spsportwear Kediri.

## Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian pada Spsportwear Kediri  
Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan di Spsportwear Kediri atau kualitas produk secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.  
Temuan penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hulima yang menemukan bahwa pembelian pada Wardah di Kota Manado tidak dipengaruhi oleh kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa toko Spsportwear Kediri masih memerlukan evaluasi terhadap kualitas produk yang mereka punya sehingga mampu untuk meyakinkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, kualitas produk tidak berpengaruh artinya konsumen banyak yang tidak memperhatikan kualitas produk dalam membeli, tetapi perusahaan harus lebih baik lagi dalam menjaga kualitas produk yang ada.
2. Pengaruh Promosi Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian pada Spsportwear Kediri  
Temuan Penelitian memperlihatkan bahwa promosi berpengaruh terhadap pembelian yang dilakukan di Spsportwear Kediri, atau promosi berpengaruh positif serta parsial (signifikan) terhadap variabel keputusan pembelian.  
Penelitian Hulima yang menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Wardah di Kota Manado konsisten dengan penemuan penelitian ini. Hal ini menunjukkan seberapa kuat promosi mempengaruhi pembelian yang dilakukan di Spsportwear Kediri yang berarti apabila toko Spsportwear Kediri secara rutin melakukan promosi untuk memperkenalkan produk serta menarik minat konsumen dengan tujuan agar konsumen dapat dengan mudah untuk mengetahui produk yang sesuai dengan keinginan.
3. Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian pada Spsportwear Kediri  
Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian secara parsial dipengaruhi oleh harga di Spsportwear Kediri dan bahwa harga tersebut memiliki pengaruh secara parsial (signifikan) terhadap pembelian.  
Temuan penelitian ini sesuai dengan penelitian Ridho Saputra[10] yang menemukan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian Label Store Pekanbaru. Hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian konsumen di Spsportwear Kediri dipengaruhi oleh harga. Dari analisis di atas berarti bahwa, apabila toko Spsportwear Kediri memberikan berbagai jenis harga dengan tujuan agar konsumen dapat memilih produk sesuai dengan keinginan dan minat mereka.
4. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada Spsportwear Kediri  
Berdasarkan hasil uji F sebesar 58,583 variabel kualitas produk promosi, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan koefisien determinasi senilai 0,816 jelas bahwa kualitas produk promosi, dan harga hanya menjelaskan 81,6% alasan mengapa orang membeli sisanya 18,4 persen dijelaskan oleh faktor yang tidak diselidiki pada penelitian ini. Karena koefisien regresi terbesar dan paling signifikan jika dibandingkan dengan promosi dan kualitas produk, maka harga merupakan variabel yang paling berpengaruh.

## KESIMPULAN

Kesimpulan berikut dapat diambil dari penelitian dan pembahasan di atas: 1) Tidak ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian jersey Spsportwear Kediri secara parsial, 2) Ada pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian jersey Spsportwear Kediri secara parsial, 3) Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian jersey Spsportwear Kediri secara parsial, 4) Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian jersey Spsportwear Kediri secara simultan.

Spsportwear Kediri, perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, promosi, dan harga. Bisnis harus lebih fokus pada kualitas produk, promosi, dan harga untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Diperlukan penelitian selanjutnya untuk menemukan faktor yang mempengaruhi pembelian di Spsportwear Kediri. selain dari kualitas produk, promosi, dan harga. Hal ini disebabkan ketiga variabel dalam penelitian ini hanya dapat menjabarkan 81,6% dari variasi keputusan pembelian. Hasil penelitian selanjutnya diharapkan lebih akurat daripada penelitian ini karena variabel atau aspek lain yang dapat mempengaruhi dan menyempurnakan untuk menciptakan gambaran yang lebih lengkap tidak dimasukkan dalam penelitian ini.



## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Tiya M, Suari Y, Luth N, Sayang Teilagawathi W, Yulianthini NN. PEINGARUHI KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. Bisma: Jurnal Manajemen. 2019;5(1).
- [2] Kotler P, Keller KL. Manajemen Pemasaran. 15th ed. Jakarta: Erlangga; 2016.
- [3] Patmasari T, Lucky Puspitasari A, Tallita Putri E, Tri Wulandari A, Daniel Limantara A, Nuisantara PGRI Kediri U, et al. Simposium Manajemen dan Bisnis II Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2023 ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUKSES RACIK MAK TAM KEDIRI. Vol. 2. 2050.
- [4] Kotler P, Armstrong G. Principles of Marketing [Internet]. 15th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall; 2014 [cited 2024 Jun 29]. Available from: URL: <https://lib.uin.ac.id/detail?id=20401186>
- [5] Ismiatun D, Buidiatmo A, Prihatini AE. PEINGARUHI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Hangiri Banyuwangi Semarang) [Internet]. Vol. 11, Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis. 2022. Available from: <https://ejournal3.uinidp.ac.id/index.php/jiab>
- [6] Huijima JSP, Soepeno D, Tieling MVJ. THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND PRICING ON PURCHASING DECISIONS IN WARDAH AT MANADO CITY. Jurnal EMBA. 1167;9(2):1167-77.
- [7] Nur'aini A, Wihdatul Huisna A, Asih AS, Kharisma A, Hastuti I. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPEINGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN.
- [8] Ridhadani. Metodologi Penelitian Dasar Bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula. Pascasarjana; 2020.
- [9] Siyoto S. DASAR METODOLOGI PENELITIAN. Literasi Media Publishing; 2015.
- [10] Saputra R. SKRIPSI PEINGARUHI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP. Peikanbaru; 2020.