

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
RINSO CAIR (STUDI PADA IBU-IBU RUMAH TANGGA PULO TEGAL SARI  
WONOKROMO SURABAYA)**

**Mutmainnah**

**Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas  
Negeri Surabaya, Kampus Ketintang Surabaya 60231**

Mutmainnahlubis9@gmail.com

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Rinso cair di Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya. Pada penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Rinso cair baik secara simultan maupun parsial. Populasi Dalam penelitian ini adalah *finite* yaitu Ibu-ibu Rumah Tangga Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya yang berjumlah 74 responden. Jenis penelitian ini adalah Deskriptif dengan pendekatan Kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah Area Random Sampling. Sampel pada penelitian ini sebanyak 62 dengan menggunakan Rumus Slovin. Pengumpulan data dengan menggunakan angket dan pengujian data dengan menggunakan SPSS. Teknik analisis data yang digunakan berupa uji asumsi klasik dan Regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang pertama ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Rinso cair. Yang kedua ada pengaruh positif signifikan antara harga terhadap keputusan Rinso cair, dan yang ketiga ada pengaruh antara kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Rinso cair pada Ibu-ibu Rumah Tangga Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya  
Kata kunci : Produk, Harga, Keputusan Pembelian

**Abstract :** This research has a purpose to analyze the impact of product quality and Price toward the decision to buy Rinso Liquid in Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya. The statement of problems in this research are whether any influence of product quality and price toward the decision to buy Rinso Liquid whether simultaneously or partially. The population of this research is *Finite* which are the housewives in amount of 74 respondents. The research of this research descriptive with quantitative approach. The sampling technique that used is area random sampling. The total sample of this research are 62 respondents that known by using Slovin formula. The data collection uses questionnaire and the data testing uses SPSS. The analysis technique that used is classic assumption test, double linier regression and Hypothesis test. The result of this research shows that. on The first, there is a significant influence of product quality toward decision to buy Rinso Liquid, The second, there is a significant influence of price toward decision to buy Rinso Liquid. the third, there is an influence of product quality and price simultaneously toward decision to buy Rinso Liquid the housewives in Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya.

Key words: product quality, price, decision to buy

## PENDAHULUAN

Konsumen Dalam melakukan keputusan pembelian barang *Convenience goods* terutama deterjen dalam teorinya tidak membutuhkan banyak pertimbangan. konsumen tidak selalu memikirkan adanya kualitas produk. Konsumen melakukan pembelian Rinso cair karena adanyasudah terbiasa merek Rinso Tapi Rinso tetap mengedepankan kualitasnya dengan melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Adanya bermacam-macam produk untuk memenuhi pangsa pasar. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak pilihan sehingga dapat membanding-bandingkan antara produk sabun deterjen merek yang satu dengan merek yang lainnya untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Prospek industri deterjen di Indonesia diperkirakan tetap bagus salah satunya disebabkan jumlah penduduk Indonesia yang terus bertambah dan taraf hidup yang semakin baik juga mendorong peningkatan konsumsi deterjen. Deterjen merupakan barang mudah (*convenience goods*), dimana untuk mendapatkannya tidak memerlukan proses yang rumit. Tjiptono (2008) *Convenience goods* merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi atau sering dibeli, dibutuhkan dalam waktu segera dan hanya memerlukan usaha yang minimum dalam perbandingan dan pembeliannya.

Kotler dan Amstrong (2007) kualitas produk yang merupakan senjata Strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Fandy Tjiptono (2008:151) Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga yang terlalu mahal atau terlalu murah akan menjadi tanda tanya besar pada diri konsumen. Harga yang terlalu tinggi akan membuat konsumen melakukan perpindahan dalam pembelian produk, mereka akan mencari produk yang sama dengan harga yang lebih murah. Jadi kualitas dan harga adalah variabel pilihan penting bagi konsumen, sehingga harga suatu produk sangat menentukan kualitasnya.

Kotler dan Amstrong (2001:206) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang yang ditawarkan. Dengan adanya fenomena diatas saya mengambil objek warga Pulo tegal

sari wonokromo surabaya yaitu pada ibu ibu rumah tangga di RT 9. Melihat kenyataan dan permasalahan yang ada maka peneliti mengambil judul: **“Pengaruh Kualitas Produk Dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Rinso Cair (Studi Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Di Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya)”**.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Rinso cair baik secara parsial maupun simultan.

## **KAJIAN TEORI**

### **Kualitas produk**

Kotler dan Amstrong (2001:354) :

“Mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan ketepatan kemudahan operasai dan perbaikan serta atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Kualitas yang tinggi berarti tingkat konsistensinya dari produk tersebut tinggi pula”.

Render dan Herizer (2004:253) : “kualitas adalah totalitas bentuk dan karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang terlihat atau yang tersamar”. Sedangkan menurut Kotler dalam jurnal Lukmanul Hakim (2005), mutu adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu merek dalam menjalankan

fungsinya. Definisi diatas maka mutu atau kualitas adalah kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (*performanace exptation*), harapan adalah standart kualitas yang akan dibandingkan dari fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya.

### **Dimensi Kualitas Produk**

Dimensi kualitas produk menurut Fandy Tjiptono (2008:25) mengemukakan, bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi antara lain :

- a) Kinerja.
- b) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan
- c) Kesesuaian dengan spesifikasi
- d) keandalan
- e) Daya tahan
- f) Estetika
- g) Kualitas yang dipersepsikan

Dimensi kemudahan perbaikan Mengacu pada teori Fandy Tjiptono, sehingga dalam penelitian ini kualitas produk yang disesuaikan pada produk rinso cair diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a) Kinerja (*Performance*)
- b) Keandalan (*Realibility*)
- c) Kualitas yang dipersepsikan

### **Harga**

Kotler dan Armstrong (2003:430) “ Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang-barang atau jasa”. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2008:151) “ harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau Jasa”. Beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan atau dibayarkan atas barang dan jasa dalam rangka mendapatkan manfaat dan memiliki atau menggunakan produk atau jasa dari produk tersebut.

Fandy Tjiptono (2008:152) Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu:

1. peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.
2. peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam “mendidik” konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas.

### **Metode Penetapan Harga**

Kotler dan Armstrong (2009:314) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga yaitu:

1) *Cost based pricing* (penentuan harga jual dengan berdasarkan biaya) dengan cara:

a) *Cost plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan perhitungan harga pokok produksi ditambah dengan presentase laba yang ditetapkan pada barang tersebut.

b) *Target profit pricing* yaitu penentuan harga jual dengan perhitungan harga pokok produksi ditambah dengan presentase laba yang ditetapkan pada barang tersebut.

2) *Competition Based Pricing* (penetapan harga jual berdasarkan pesaing )

a) *Going rate pricing* yaitu penetapan harga jual berdasarkan harga yang ditetapkan pesaing

b) *Sealed bid pricing* yaitu penetapan harga jual yang lebih murah dari pesaing.

3) *Value based pricing and buyer based pricing* (penetapan harga berdasar pembeli dan permintaan) dengan cara : *perceived value pricing* yaitu penetapan harga jual berdasarkan nilai atau citra yang dirasakan oleh konsumen. Indikator yang digunakan adalah sebagai berikut :

a) Keterjangkauan harga.

b) Daya saing harga dengan produk sejenis

c) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

### **Keputusan Pembelian**

Assauri (2004) Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari

kegiatan-kegiatan sebelumnya. Swastha (2000):“Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian)”.

### **Pengukuran keputusan pembelian**

Kotler dan Keller (2009:178) terdapat 6 keputusan yang dilakukan oleh pembeli, yaitu:

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

Mengacu pada teori Kotler dan Keller, sehingga dalam penelitian ini keputusan pembelian yang disesuaikan pada produk rinsos cair diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a) Pilihan produk
- b) Kualitas produk yang dijual
- c) Jumlah pembelian

### **Hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian**

Produk menjadi faktor yang sangat penting dalam konsumen melakukan pembelian, pembeli melakukan perbandingan produk satu

dengan produk lainnya dalam melakukan suatu keputusan pembelian.

Dalam jurnal penelitian Rodoula Tsiotsou (2005) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan hal terpenting dalam membangun pemasaran global, baik tidaknya suatu perusahaan dinilai dari apa yang dihasilkan. tingkatan kualitas produk sangat berpengaruh dalam memberikan kepuasan dan keputusan pembelian.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Lukmanul Hakim (2005) berjudul “analisis pengaruh harga dan kualitas Produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli boal lampu Philips dikecamatan medan johor” menegaskan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan didalam mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian rinsos cair.

### **Hubungan harga dengan keputusan pembelian**

Harga merupakan pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa. Zsofia Zenesei & Sarah Tood (2003) dalam jurnalnya menyebutkan bahwa harga secara konsisten dinyatakan sebagai factor utama didalam mempengaruhi keputusan pembelian.

### **Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana

rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat Tanya. Dinyatakan sementara karena karena jawaban yang diberikan berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan kerangka berfikir dapat diambil rumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_1O$  = Tidak ada Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Rinso cair.

$H_{1a}$  = Ada Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Rinso cair.

$H_2O$  = Tidak ada Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Rinso cair.

$H_{2a}$  = Ada pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Rinso cair.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis dalam penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif pendekatan Kuantitatif. Sugiyono (2009:29) Mendefinisikan “ metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian yang pada akhirnya tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang luas”. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kebijakan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Rinso cair (Studi pada Ibu-ibu Rumah Tangga Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya )

### **Lokasi Penelitian**

Tempat penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan kegiatan penelitian, dilakukan untuk memperoleh data atau informasi melalui penyebaran angket kepada responden guna menjawab dan membahas masalah yang telah dirumuskan. tempat penelitian ini berada di Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya.

### **Populasi**

Dalam suatu kegiatan baik yang bersifat ilmiah maupun yang bersifat sosial perlu pembatasan populasi dan cara pengambilan sampel, sampel yang diambil unsur-unsurnya harus representatif artinya dapat mewakili keseluruhan dari populasi.

Sutrisno (2004:53) Populasi adalah keseluruhan wilayah individu, obyek, dan gejala atau peristiwa untuk suatu peristiwa generalisasi atau suatu kesimpulan yang dikenakan. Sedangkan Menurut Sugiono (2013:61) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi

dalam penelitian ini adalah ibu-ibu Rumah Tangga Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya yang menggunakan Rinso cair. Jumlah ibu-ibu rumah tangga sebanyak 74 orang.

### Sampel

Menurut Sugiono (2013:62) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Arikunto (2006:131), Sampel adalah sebagian atas wakil Populasi yang diteliti. Pada penelitian ini, jumlah Populasi adalah 74 Respoden. Pengambilan Sampel menggunakan teknik Area Random Sampling Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak dan proposional setelah itu dilakukan Area Random. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan Rumus Slovin. Berdasarkan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$= 74 / (1 + (74 \times 0,05^2))$$

$$= 62,4472$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian sebesar %

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 62,44 responden dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Sehingga sampel tersebut dibulatkan menjadi 62 Responden.

## Hasil penelitian dan pembahasan

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (time series) karena “gangguan” padaseseorang individu / kelompok cenderung mempengaruhi ‘gangguan’ pada individu / kelompok yang sama pada periode berikutnya. Ada beberapa cara untuk mendeteksi gejala autokorelasi yaitu uji Durbin Watson (DW test), uji Langrage Multiplier (LM test), uji statistik Q, dan Run Test. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.10 dibawah ini.

Tabel 4.10  
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the estimate	Durbin Watson
1	.750 <sup>a</sup>	.563	.548	1.16926	1,535

Sumber : hasil output spss

Berdasarkan tabel hasil uji autokorelasi di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,535 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel yang menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah

sampel yang digunakan yaitu 62 dan jumlah variabel independen 2 ( $k=2$ ), maka di tabel Durbin Watson akan di dapatkan nilai ( $du$ ) = 1,484, dan ( $dl$ ) = 1, 351. Oleh karena nilai Durbin Watson sebesar 1,535 lebih besar dari nilai ( $du$ ) sebesar 1,484 dan ( $dl$ ) sebesar 1, 351. Oleh karena itu nilai Durbin Waston sebesar maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif dalam penelitian ini.

### Uji Normalitas

Pengujian Normalitas menggunakan grafik histogram yang menghasilkan arah garis berdistribusi normal, sedangkan digunakan juga grafik p-plot yang menghasilkan bahwa data yang berupa titik-titik menyebar mendekati garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas berdistribusi normal.

Pengujian multikolinearitas menghasilkan nilai Tolerance  $0,865 > 0,1$  dan VIF  $1,156 < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas.

Pengujian heteroskedastisitas Dari grafik scatterplots terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel keputusan pembelian berdasarkan variabel kualitas produk dan harga.

### Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) secara bersama-sama atau simultan digunakan uji F. Dalam penelitian ini uji F dilakukan menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS *for Windows*. Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.12  
Hasil Uji F  
ANOVA<sup>b</sup>

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	103.805	2	51.903	37.964	.000 <sup>a</sup>
Residual	80.663	59	1.367		
Total	184.468	61			

Predictors : (constant), x1.total,x2.total

Dependen variable : y.total

(Sumber: Output SPSS 16.0, data diolaholeh peneliti)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui besarnya nilai sig yaitu  $0.000 <$  nilai alpha ( $0.05$ ). Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh signifikan Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) Produk Rinso cair

$H_a$ = Terdapat pengaruh signifikan Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) Produk Rinso cair. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti terbukti kebenarannya.

## Uji t (Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara terpisah atau parsial digunakan uji t. Dalam penelitian ini uji t dilakukan menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS for Windows. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.522	1.231		.424	.673
x1.total	.149	.053	.261	2.824	.006
x2.total	.534	.081	.614	6.629	.000

a. Dependent Variable: y.total

Sumber: Hasil output SPSS (lihat pada lampiran

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa  $T_{hitung}$  dari variabel kualitas produk (X1) sebesar 2.824 dengan nilai signifikasinya 0.006, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dengan taraf signifikansinya 0.05 maka hipotesis diterima. Dengan demikian secara parsial variabel kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Rinso cair.

Pengujian pengaruh harga (x2) terhadap keputusan pembelian Dari tabel diatas menunjukkan bahwa  $T_{hitung}$  dari variabel kualitas produk (X2) sebesar 6.629 dengan nilai

signifikasinya 0.000, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dengan taraf signifikansinya 0.05 maka hipotesis diterima. Dengan demikian secara parsial variabel kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk rinso cair.

Berdasarkan perbandingan nilai  $T_{hitung}$  dari tiap variabel bebas maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (x1) memiliki pengaruh yang lebih kecil dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2.824 dibanding variabel harga (x2) dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 6.629.

## Regresi Linier Ganda

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) serta variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini, perhitungan regresi linier berganda menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS for Windows serta dengan persamaan garis. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

### Koefisien Regresi

**Tabel 4.14** Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	$T_{hitung}$	Sig. T
Konstanta	0.522	0.424	0.673
Kualitas produk	0.149	2.824	0.006
Harga	0.634	6.629	0.000
R Square	= 0.563		
Adj R Square	= 0.548		
F hitung	= 37.964		
Sig. F	= 0.000		

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan **Tabel 4.14** di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,522 + 0,149X_1 + 0,634X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Dari bentuk persamaan regresi linier berganda di atas, dapat diketahui bahwa arah pengaruh variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) Rinso cair adalah positif.
- b. Dari model persamaan tersebut dapat diartikan bahwa konstanta sebesar 0,522 menyatakan bahwa apabila kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sama dengan nol (0) terjadi keputusan pembelian ( $Y$ ). Artinya tanpa adanya pengaruh dari kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) masih terjadi aktivitas keputusan pembelian ( $Y$ ) pada rinso cair sebesar 0,522.
- c. Koefisien regresi variabel Kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,149 dengan tanda positif. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara kualitas produk ( $X_1$ ) dengan keputusan pembelian ( $Y$ ), apabila kualitas produk ( $X_1$ ) meningkat sebesar satu satuan, akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,149 dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian tidak mengalami perubahan. Artinya keputusan pembelian rinso cair akan meningkat ketika kualitas produk tersebut tetap atau bertambah

- d. Koefisien regresi variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,634 dengan tanda positif. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara harga ( $X_2$ ) dengan keputusan pembelian ( $Y$ ), apabila harga ( $X_2$ ) meningkat sebesar satu satuan, akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,634 dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian tidak mengalami perubahan. Artinya keputusan pembelian rinso cair akan meningkat ketika harga tetap.

Dari hasil analisis pada **Tabel 4.14** diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square) yang dihasilkan sebesar 0,563. Hal ini menyatakan bahwa besarnya kontribusi kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada rinso cair 56,3%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 43,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) Rinso cair Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya.**

Kualitas Produk Menjadi Pertimbangan yang sangat Penting bagi Pelanggan menentukan keputusan pembelian. Kualitas Produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kekuatan

kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Kotler Armstrong, 2007).

Sesuai dengan Hipotesis, bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Rinso cair. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden dari angket dengan variabel kualitas produk yang rata-rata jawabannya setuju dengan kinerja, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan kualitas yang dipersepsikan dari Rinso cair. Hal ini menunjukkan bahwa Rinso cair mampu bersaing dengan produk deterjen cair lainnya.

Nilai dari hasil uji  $t$  variabel kualitas produk sebesar 2,824 lebih besar dari  $t$  tabel, sehingga korelasi antara variabel kualitas produk dan keputusan pembelian Rinso cair menyatakan signifikan. Faktor yang krusial dalam melakukan keputusan pembelian. Meskipun Rinso cair memiliki kualitas yang bagus, tetapi produsen tetap perlu melakukan pengemasan produk agar lebih berkualitas. Kualitas produk yang baik akan menyenangkan konsumen. Sebagai timbal baliknya, konsumen yang merasa puas akan menjadi loyal dan membicarakan hal-hal yang baik mengenai Perusahaan dan Produk Produknya.

### **Pengaruh harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rinso cair Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya**

Dari kajian lapangan, sebagian besar responden menyatakan harga Rinso cair cukup

terjangkau sehingga mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis. Selain itu cukup baiknya tingkat harga dari deterjen cair lain yang ditawarkan kepada konsumen tersebut juga disesuaikan dengan kesesuaian dan manfaat yang didapatkan.

Berdasarkan perhitungan yang didapat bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Rinso cair dengan nilai  $t$  hitung sebesar 6,629 dan signifikan 0,000 hal ini berarti harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk membeli produk tersebut. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Stiyo Ferry Wibowo (2012) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga maka semakin tinggi keputusan pembelian.

### **Pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rinso cair Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya**

Kualitas produk dan harga merupakan pertimbangan bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Sesuai dengan hipotesis. Bahwa pengaruh Secara Simultan variabel bebas kualitas produk (X1) Dan Harga (X2) Secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Rinso cair. Berdasarkan hasil analisis Regresi linier berganda, maka dapat diketahui bahwa Kualitas produk (X1) dan

harga (X2) mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 54,8% sedangkan sisanya sebesar 45,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

### **Simpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Rinso cair (Studi Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya)
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan Rinso cair (Studi Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya)
3. Ada pengaruh antara kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Rinso cair (Studi Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Pulo Tegal Sari Wonokromo Surabaya)

### **Saran**

Berdasarkan pada analisis data dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Mengingat persaingan dalam bisnis sabun deterjen semakin ketat bagi perusahaan disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dan melakukan inovasi-inovasi yang menarik serta memenuhi keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah.

2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, disarankan bagi pihak perusahaan selalu berinovasi menciptakan formula-formulanya yang cocok dalam komposisi didalam produk Rinso cair
3. Perusahaan disarankan untuk menyesuaikan harga produk dengan kualitas produk dan menambah manfaat produk dengan serta menciptakan formula baru yang tidak dimiliki pesaing lainnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi pemasaran: Edisi ketiga*. Yogyakarta: Andi
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 (Jilid 1)*. Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 (Jilid 2)*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler&Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler&Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler&Amstrong. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Garaha Ilmu .
- Basrah Saidani, M. Aulia Rachman , Mohamad Rizan. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap*

- Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di wilayah Jakarta timur. Vol. 4, No. 2, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)
- Jamaludin Mohamad. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua*. S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Hakim, lukmanul. 2005. *analisis pengaruh harga, merek dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli boal lampu Philips di kecamatan medan johor* (online ). Jurnal peamsaran (<http://www.indoskripsi.com>, diakses 5 maret 2015)
- Intan Suti. 2010. *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone esia*. Jakarta: universitas islam negeri sarif hidayatullah
- Krisna Sakti Anggar PP. 2012. *Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda* : semarang fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponegoro semarang.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Garaha Ilmu
- Sugiono, 2013. *Statistic untuk penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Tood, sarah and zsofia kennesei. 2003. the use price in the purchase decision (online). Journal of empirical generalization in marketing science 8:1-21 (<http://www.empgens.com>, diakses taggal 5 maret 2015)
- Putra, eko widoyoko. 2012. *Teknik Penyusunan Instrument Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Ketiga. Cetakan Kesebelas. Liberty. Yogyakarta
- [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) › Home › FORUM › BISNIS › *UKM* diakses pada tanggal 10 desember 2014
- [www.unilever.co.id/id/brands-in-action/detail/Rinso/325429/](http://www.unilever.co.id/id/brands-in-action/detail/Rinso/325429/) diakses pada tanggal 10 desember 2014
- [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2014](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014) diakses pada tanggal 15 januari 2015
- <http://www.unilever.co.id/id/brands-in-action/detail/Rinso/325429/> diakses 22 desember 2014
- <https://stantutorial.wordpress.com> diakses pada 10 desember 2014
- [www.rinso.co.id](http://www.rinso.co.id) diakses pada 22 desember 2014