

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER KAIN SAAT PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN TIMBANG DELI KECAMATAN MEDAN AMPLAS

Sutriyani Pratiwi, Yayuk Yuliana

**Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan
(Naskah diterima: 1 Juni 2021, disetujui: 30 Juli 2021)**

Abstract

The objective of the research was to determine the influence of price and product quality on purchasing decisions for cloth masks during the covid-19 pandemic in Timbang Deli Village, Medan Amplas District. The data analysis method used by the author in analyzing the existing problems was descriptive and quantitative data analysis methods. This research was conducted in Timbang Deli Village, Medan Amplas District starting from November 2020 to June 2021. The population was consumers who bought cloth masks in Timbang Deli Village, Medan Amplas District, with respondents whose number was unknown or infinite. In this research, researchers took samples using the Lemeshow formula as many as 100 respondents. The results of this research indicated that partially price and product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions for cloth masks during the COVID-19 pandemic in Timbang Deli Village, Medan Amplas District. And simultaneously the price and product quality had a positive and significant impact on the decision to purchase cloth masks during the COVID-19 pandemic in Timbang Deli Village, Medan Amplas District. The value of the coefficient of determination was 0.535, meaning that the percentage of price and product quality on the decision to purchase cloth masks was 53.5%, while the remaining 46.5% was influenced by other variables.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian masker kain saat pandemi covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas. Metode analisis data yang digunakan penulis dalam menganalisis masalah yang ada dengan metode analisis data deskriptif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas dimulai dari bulan November 2020 sampai dengan bulan Juni 2021. Yang menjadi populasi adalah konsumen yang membeli masker kain di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas dengan responden yang tidak diketahui jumlahnya dengan pasti atau tak terhingga. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel menggunakan rumus lemeshow yaitu sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masker kain saat pandemi covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan

Medan Amplas. Dan secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masker kain saat pandemi covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,535, artinya persentase harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian masker kain sebesar 53,5%, sedangkan sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

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

I. PENDAHULUAN

Perkembangan usaha di Indonesia berkembang sangat pesat. Dalam proses perkembangan usaha, terdapat proses pemasaran yang merupakan hal yang sangat penting untuk kemajuan Perusahaan. Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang mengatur untuk memikirkan dan merancang pasar. Pada proses pemasaran ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang, menemukan orang atau kelompok orang dengan kebutuhan yang tidak terpenuhi atau minat terhadap suatu produk dan jasa. Untuk itu, setiap Perusahaan harus memiliki strategi dalam melakukan proses pemasaran yang terdiri dari analisis pasar, meneliti dan memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran, merancang program pemasaran, mengorganisasi, melaksanakan serta mengawasi usaha pemasaran. Setelah itu pemasar juga harus mengidentifikasi perilaku konsumen. Perilaku konsumen sendiri yaitu mempelajari tentang bagaimana proses yang terjadi pada saat konsumen memilih, membeli, menggunakan serta membuang suatu produk

untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri.

Konsumen merupakan seseorang yang sangat penting bagi pemasar karena konsumenlah yang akan menjalin perkembangan suatu usaha. Konsumen sendiri terdiri dari dua jenis, yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen pribadi yaitu konsumen yang memakai barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dirinya sendiri. Sedangkan konsumen organisasi biasanya konsumen yang memakai barang dan jasa untuk organisasi bisnis, yayasan dan lembaga lainnya.

Dalam membuat dan mengembangkan usaha, perusahaan maupun wirausahawan selalu mengutamakan harga serta kualitas produk yang diproduksinya agar konsumen membeli produknya secara berkala. Harga (price) merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang maupun kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Harga berinteraksi dengan bauran pemasaran lainnya untuk

menentukan efektivitas dari elemen lain di dalam bauran pemasaran. Dalam menetapkan harga harus mempertimbangkan biaya-biaya yang berhubungan dengan produk yang dibuat.

Pada umumnya, masyarakat selalu mempertimbangkan harga dengan kualitas produk. Sebagian konsumen ada yang lebih tertarik dengan produk yang murah namun kualitas rendah. Ada juga konsumen yang memilih produk yang harganya murah namun kualitasnya baik, serta ada juga yang sebagian lagi lebih memilih membeli produk dengan harga yang mahal dan kualitasnya juga baik. Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui perilaku konsumen serta kondisi yang terjadi di pasar.

Ada beberapa banyak jenis masker kain yang beredar dipasaran, seperti scraft, masker kain scuba, masker kain biasa dan juga masker kain yang bahannya premium dua lapis. Masker kain umumnya memiliki harga yang sama jika membeli dipasaran, namun ada beberapa konsumen tidak melakukan pembelian dikarenakan melihat bahan dari masker kain yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen dan juga motif yang diinginkan juga tidak sesuai yang diharapkan konsumen. Tetapi ada juga konsumen yang melakukan pembelian masker

kain dipasaran dengan alasan untuk mematuhi protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah saja. Konsumen yang tidak melakukan pembelian, mereka biasanya melakukan pembelian masker kain secara online karena dianggap memiliki motif masker kain yang diinginkan. Konsumen yang melakukan pembelian masker kain secara online, harus membayar masker kain dengan harga yang lebih mahal dikarenakan terkena biaya ongkos kirim. Berikut ini merupakan tabel jenis-jenis masker kain beserta harganya yang beredar dipasaran maupun online, yaitu :

Tabel 1.1. Jenis-Jenis Masker Kain Beserta Harganya

No.	Gambar	Jenis Masker Kain	Harga
1.		Masker kain payet katun 2 lapis (online)	Rp. 25.000 (belum biaya kirim)
2.		Masker kain katun 2 lapis	Rp. 10.000
3.		Masker kain biasa 2 lapis (online)	Rp. 8.000 (belum biaya kirim)
4.		Masker kain biasa	Rp. 5.000

5.		Masker scuba	Rp. 5.000
6.		Scarft	Rp. 7.000

Sumber: Peneliti, 2021

Pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa konsumen yang membeli masker kain pada nomor 1, biasanya untuk kebutuhan acara-acara khusus, pada keputusan pembelian masker kain nomor 2 dan 3 biasanya untuk kebutuhan sehari-hari konsumen, pada keputusan pembelian masker kain nomor 4 dan 5 hanya untuk memenuhi protokol kesehatan saja, pada masker kain nomor 5 hanya beberapa saja yang melakukan keputusan pembelian karena masker dianggap tidak nyaman digunakan.

Pada beberapa bulan ini, virus COVID-19 melanda di beberapa negara-negara di dunia. Virus ini berasal dari negara Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular sangat cepat dan telah menyebar ke wilayah lain di China dan beberapa negara lain, salah satunya adalah Indonesia. Berikut ini merupakan update data sebaran COVID-19 Global pada 01 Januari 2021, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2. Data Sebaran COVID-19 Global

Negara	Terkonfirmasi	Meninggal
222	81.947.503 jiwa	1.808.041 jiwa

Sumber: WHO

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa ada sekitar 222 negara yang terkena dampak COVID-19. Adapun yang terkonfirmasi positif COVID-19 sebanyak 81.947.503 jiwa sedangkan yang meninggal dunia sebanyak 1.808.041 jiwa.

Adapun update terakhir data sebaran COVID-19 di Indonesia pada tanggal 02 Januari 2021, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2. Data Sebaran COVID-19 Indonesia

Provinsi	Positif	Sembuh	Meninggal
34	758.473 jiwa	625.518 jiwa	22.555 jiwa

Sumber: Komite Penanganan COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa yang terkena dampak COVID-19 yaitu 34 provinsi di Indonesia. Adapun yang positif sebanyak 758.473 jiwa, yang sembuh sebanyak 625.518 jiwa, sedangkan yang meninggal dunia sebanyak 22.555 jiwa.

Adanya COVID-19 sangat berdampak buruk bagi semua negara. Semuanya tak lagi sama, baik itu pekerjaan ataupun kegiatan lainnya yang dilakukan di luar rumah secara

langsung terpaksa melakukan pekerjaan itu di dalam rumah. Oleh sebab itu demi menjaga diri dari bahaya COVID-19, kita harus selalu menjaga kesehatan dengan cara selalu mencuci tangan, menggunakan masker, jaga jarak serta hindari keramaian. Pada masa pandemi saat ini, terdapat beberapa wirausahawan membuka usaha baru, salah satunya adalah masker. Saat ini masker dianggap sebagian masyarakat merupakan salah satu kebutuhan utama untuk melindungi diri dari ancaman virus COVID-19. Para wirausahawan menerapkan strategi bauran pemasaran yang baik serta berbeda-beda dengan wirausahawan yang lainnya dengan tujuan untuk menarik konsumen serta mendapat laba.

Adanya dampak COVID-19, penggunaan masker di Indonesia meningkat secara drastis. Pada saat ini, masker kesehatan masih sulit didapatkan karena stok yang menipis dari distributor serta harganya yang mahal. Oleh karena itu, masyarakat banyak beralih pada masker kain yang pastinya lebih mudah didapatkan dengan harga yang relatif murah serta berkualitas. Masker kain yang beredar dipasaran tentunya memiliki harga dan kualitas yang berbeda-beda.

Pada Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas, konsumen yang paling

banyak melakukan pembelian adalah konsumen wanita. Bahkan beberapa konsumen wanita tersebut melakukan pembelian masker secara berulang. Wanita dianggap memiliki gaya hidup yang berlebih dibandingkan laki-laki.

Sebelum membeli masker kain yang ada dipasaran, terlebih dahulu konsumen wanita ini selalu melihat kualitas dari ketebalan masker, apakah sudah sesuai dengan kriteria. Pada kenyataannya, ada sebagian konsumen menganggap bahwa kualitas bahan masker kain yang beredar tidak terlalu baik. Ada yang jenis kainnya kasar dan menerawang, ada juga bahan kainnya lembut namun tipis dan ada juga yang bahannya terlalu tebal sehingga dianggap konsumen tidak nyaman memakainya. Berdasarkan hal tersebut, konsumen dapat mengetahui bahwa masih rendahnya kualitas bahan masker kain yang beredar dipasaran. Setelah konsumen mengetahui harga dan kualitas dari masker tersebut, maka konsumen dapat mempertimbangkan dan membuat suatu keputusan membeli atau tidak masker tersebut. Namun, pada kenyataannya keputusan pembelian masker kain di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas juga masih kurang karena persepsi konsumen berbeda-beda. Ada sebagian konsumen lebih memperhatikan kualitas dari bahan masker kain.

Namun ada sebagian konsumen lain dalam menentukan keputusan pembelian lebih melihat harga masker yang murah namun kualitas bahan masker yang kurang baik serta kebalikannya. Maka dari itu masih kurangnya konsumen dalam menentukan keputusan pembelian masker kain.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang terjadi adalah masih kurangnya kualitas produk yaitu bahan masker kain yang beredar dipasaran serta kurangnya keputusan pembelian masker kain oleh konsumen. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Kain Saat Pandemi COVID-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas”**.

II. KAJIAN TEORI

2.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah suatu seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler & Keller, 2018:5), Manajemen pemasaran adalah sistem atau aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga dan mendistribusikan

produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. (Tjiptono, 2012:12).

2.2 Harga

Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya (Gitosudarmo, 2014: 272). Harga merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang sangat penting bagi manajemen pemasaran. Harga juga sangat berperan penting dalam menentukan konsumen membeli suatu barang atau jasa.

2.3 Kualitas Produk

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2016:45). Kualitas produk dapat membantu konsumen dalam menentukan pemilihan produk yang akan dibelinya. Konsumen menginginkan suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik kualitasnya. Karena konsumen selalu mengutamakan kualitas produk itu sendiri.

2.4 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen baik itu individu, kelompok dan organisasi yang memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa untuk memuaskan

kan kebutuhan dan keinginan konsumen. Artinya keputusan pembelian itu suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada (Kotler and Armstrong, 2018:188), Keputusan pembelian dapat dikatakan sebagai proses awal konsumen mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu kemudian melakukan keputusan membeli atau tidak.

III. METODE PENELITIAN

Menurut Nanang (2015:131), “Jenis penelitian adalah suatu rencana kegiatan yang mencakup berbagai komponen yang akan digunakan peneliti secara kegiatan yang akan dilakukan selama proses penelitian”. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini bersifat kuantitatif.

Objek penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian masker kain di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli masker kain, yang mana jumlah konsumen yang melakukan pembelian masker kain tidak dapat diketahui secara pasti berapa banyak jumlah konsumen yang sudah melakukan keputusan pembelian masker kain ini dikatakan dalam kategori populasi tak terhingga. Menurut Bungin (2019:99), Po-

populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak ditentukan batasnya secara kuantitatif.

Oleh karena itu, jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut ini rumus Lemeshow, yaitu (Lemeshow, 2019:2) :

$$n = \frac{z^2 1 - \alpha / 2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{z^2 1 - \alpha / 2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 - 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 - 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100, penelitian ini penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya berjumlah 100 orang konsumen.

Berikut ini teknik analisis data pada penelitian ini:

1. Uji validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji kualitas dari kuesioner.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah untuk melakukan analisis regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian.

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini menurut Ghozali (2018:116) adalah Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas.

3. Uji Regresi dan Hipotesis

Uji regresi linear berganda adalah teknik menganalisis data yang digunakan untuk menganalisis data serta mengetahui hubungan antara variabel satu dengan lainnya.

Uji hipotesis adalah uji yang digunakan untuk menguji setiap variabel bebas apakah ada pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

IV. HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan SPSS 20.

Nilai signifikan 5% atau 0,05, diperoleh hasil untuk r_{tabel} ($df=N-2$) $30-2= 28$ sebesar 0,361. Pernyataan dikatakan valid apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

1) Uji Reliabilitas

Berikut ini tabel uji reliabilitas.

Tabel 4.37 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Jumlah Butir Pernyataan	Cronbach's Alpha
Harga (X_1)	10	0,876
Kualitas Produk (X_2)	10	0,955
Keputusan Pembelian (Y)	10	0,813

Uji reliabilitas menunjukkan *cronbach's alpha* pada variabel Harga (X_1) sebesar 0,876, variabel Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,955, dan variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,813. Maka disimpulkan bahwa seluruh pernyataan penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini karena nilai koefisien *Cronbach Alpha* diatas 0,60.

2) Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Berikut ini tabel uji normalitas.

Tabel 4.38 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Mean	0E-7
Std. Deviation	,89297548
Most Extreme Absolute	,124
Positive	,124
Differences Negative	-,057
Kolmogorov-Smirnov Z	1,240
Asymp. Sig. (2-tailed)	,092

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan angka 1.240. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel telah terdistribusi secara normal, karena *probability value* > 0,05 yaitu sebesar 1.240.

2. Uji Multikolinearitas

Berikut ini tabel uji multikolinearitas.

Tabel 4.39. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
1 Harga	,480	2,082	
Kualitas Produk	,480	2,082	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021

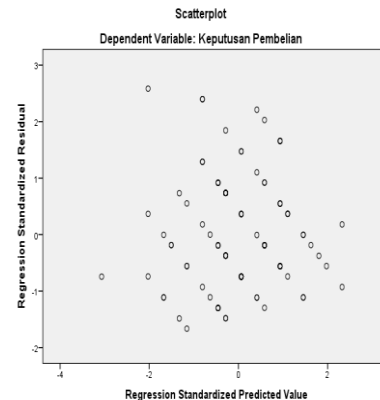
Berdasarkan tabel Coefficients kolom tolerance dan VIF, nilai VIF variabel Harga dan Kualitas Produk adalah 2,082 dengan tolerance 0,480 sedangkan VIF (*Variance Inflation Factor*) variabel harga dan kualitas produk sebesar 2,082 lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,480 maka pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik pola penyebaran titik (scatterplot).

Gambar 4. Hasil Uji Asumsi

Heteroskedasitas Scatterplot



Berdasarkan tampilan pada *scatterplot* terlihat bahwa plot menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *Regression Studentized Residual*. Oleh karena itu maka berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafik, pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3) Hasil Uji Regresi dan Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

Berikut ini tabel uji regresi linear berganda:

Tabel 4.40 Hasil Uji Regresi Linear

Berganda

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	9,319	3,484	2,675	,009
1 Harga	,335	,112	2,991	,004
Kualitas Produk	,499	,102	4,866	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa persamaan analisis linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 9,319 + 0,335X_1 + 0,499X_2.$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut, dapat diartikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) adalah 9,319. Artinya jika variabel Harga (X_1), dan Kualitas Produk (X_2), nilainya adalah 0, maka nilainya positif yaitu sebesar 9,319.
- Nilai koefisien regresi variabel Harga (X_1) bernilai positif yaitu sebesar 0,335. Maka menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Masker Kain Saat Pandemi COVID-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas.
- Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_2) bernilai positif yaitu sebesar 0,499. Maka menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Masker Kain Saat Pandemi COVID-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas.

2. Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Berikut ini tabel Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.41. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	9,319	3,484	2,675	,009
1 Harga	,335	,112	2,991	,004
Kualitas Produk	,499	,102	4,866	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Nilai t_{tabel} pada df (n-k) dimana n adalah banyaknya sampel dan k adalah banyaknya variabel baik variabel bebas maupun terikat, maka $100-2 = 98$. Pada df 98 dengan $\alpha = 0,05$ nilai t adalah 1,66055.

Hasil pengujian pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut :

- Harga (X_1) yang mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisis diperoleh nilai t_{hitung} variabel X_1 (Harga) sebesar 2,991 dengan signifikansi 0,004. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,66055 Karena $t_{\text{hitung}} 2,991 > t_{\text{tabel}} 1,66055$ dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian masker kain saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas.

2. Kualitas Produk (X_2) yang mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisis diperoleh nilai t_{hitung} variabel X_2 (Kualitas Produk) sebesar 4,866 dengan signifikansi 0,000. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,66055. Karena t_{hitung} 4,866 > t_{tabel} 1,66055 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian masker kain saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas.

Uji Simultan (Uji F)

Hasil Uji F dengan menggunakan bantuan SPSS dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.42. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	90,847	2	45,423	55,813	,000 ^b
Residual	78,943	97	,814		
Total	169,790	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021

Pada tabel 4.42 diperoleh nilai F_{hitung} bernilai positif sebesar 55,813 dengan signifikansi sebesar 0,000 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3.09. Dengan demikian F_{hitung} = 55,813 > F_{tabel} = 3.09 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya variabel harga dan kualitas produk

secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian masker kain saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut ini hasil perhitungan koefisien determinasi pada penelitian ini.

Tabel 4.43. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,731 ^a	,535	,525	,902

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021

Berdasarkan tabel diatas, diketahui:

1. R menunjukkan korelasi sederhana, yaitu harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,731%. Artinya hubungannya kuat, semakin besar R berarti hubungannya semakin kuat.
2. R square (R^2) menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,535, artinya persentase harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 53,5%, sedangkan sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.
3. *Adjusted R Square* merupakan nilai R^2 yang disesuaikan sehingga gambarnya

lebih mendekati mutu penajakan model dalam populasi. Dari tabel 4.43 dapat dibaca bahwa *Adjusted R Square* (R^2) adalah 52,5%, sedangkan sisanya 47,5% dijelaskan oleh faktor lain.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, untuk menjawab rumusan masalah, penelitian ini disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masker kain saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien Harga (X_1) bernilai positif yaitu sebesar 0,335 dan nilai t_{hitung} variabel X_1 (Harga) sebesar $2,991 > t_{tabel}$ 1,66055 dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masker kain saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masker kain saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien variabel Kualitas Produk (X_2) bernilai

positif yaitu sebesar 0,499 dan nilai t_{hitung} variabel Kualitas Produk (X_2) yaitu $4,866 > t_{tabel}$ yaitu 1,66055, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masker kain saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas.

3. Harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masker kain saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas. Hal ini ditunjukkan oleh F_{hitung} bernilai positif yaitu $55,813 > F_{tabel}$ 3.09 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masker kain saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas..

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. 3rd ed. Yogyakarta: Andi.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: IKAPI.

- Kotler and Armstrong. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nanang, Martono. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. ke-18th ed. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, Burhan. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lemeshow, Stanley. 2019. *Besar Sampel Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Lubis, Akrim. 2015. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada Pt. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan." *Ilmiah dan Manajemen Bisnis* 16(02): 1–11.
- Hadita, Wirawan Widjanarko, and Hafizah. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemic Covid19." *Jurnal Kajian Ilmiah* 20(3): 261–68.
- Wuntuan, Ocktavia Pricilla, Dolina Tampi, and Joula Rogahang. 2020. "Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dream Vape Store." 1(5): 2723–0112.