

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea Kabupaten Gowa

Nurul Ilmiani¹⁾, Buyung Romadhoni²⁾, Syarthini Indrayani³⁾

Manajemen, Universitas Muhammadiyah Makassar

email: nurulilmiyani857@gmail.com¹⁾, buyung@unismuh.ac.id²⁾, syarthini@gmail.com³⁾



©2018 –Bongaya Journal of Research in Management STIEM Bongaya. Ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah licensi CC BY-NC-4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

***Abstract:** This research is quantitative with the aim of knowing the influence of Product Quality, Price, and Promotion on Consumer Purchase Decisions at Shanur Putra Tunggal Wholesale Store, Tanetea, Gowa Regency. The sample was taken from Shanur Putra Tunggal Wholesale Store, Tanetea, Gowa Regency. The type of data used in this study is quantitative data obtained from questionnaires; the data sources used for data collection include primary and secondary data. The sampling technique in this study uses purposive sampling with a total of 120 samples that meet the criteria. The research instrument used in this study employs the Likert scale method. Based on the results of the study data using statistical calculations through the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Version 30 regarding the Influence of Product Quality, Price, and Promotion on Consumer Purchase Decisions at Shanur Putra Tunggal Wholesale Store, Tanetea, Gowa Regency.*

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decisions

Abstrak : Jenis penelitian, Kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea Kab. Gowa. Sampel ini diambil dari Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea Kab, Gowa. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 120 sampel. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi statistical package for the social science (SPSS) Versi 30 mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea Kab. Gowa.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Era persaingan yang begitu ketat saat ini, manusia dituntut untuk dapat menerapkan efisiensi dan efektifitas dalam semua aktivitasnya, begitu pula Produk segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memperoleh perhatian, permintaan atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau kepuasan. Untuk memperlancar arus produk dari produsen ke konsumen. Distribusi adalah kegiatan penyaluran barang dari produsen ke konsumen, memilih saluran distribusi merupakan masalah yang sangat penting karena kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi dapat memperlambat atau menghambat kelancaran proses penyaluran barang.

Salah satu perusahaan ritel, Toko Goris Shanur Putra, toko yang menyediakan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari dalam jumlah besar dengan harga yang kompetitif. Konsep toko ini

berfokus pada penjualan grosir dan eceran, menjadikannya pilihan utama bagi konsumen dan bisnis yang memerlukan pasokan dalam jumlah besar. Dengan memiliki stok yang melimpah dan variasi produk yang luas, Shanur Putra tunggal menyediakan berbagai macam barang dari bahan makanan, minuman, produk kebersihan, hingga produk kosmetik. Dalam menjalankan operasinya, Shanur Putra Tunggal terus berupaya memperlihatkan layanan terbaik demi meningkatkan perusahaan di mata konsumen.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Beberapa indikator kualitas produk yang dapat menentukan karakteristik suatu produk meliputi daya tahan, ketersediaan perbaikan, kualitas yang dirasakan, dan estetika. Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 230), kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang mendukung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas produk dan tindakan yang diambil oleh Shanur Putra Tunggal untuk bersaing dengan pesaing toko lainnya terlihat dari perbedaan signifikan antara produk dan layanan yang ditawarkan. Hal ini membuat konsumen dapat melihat nilai tambah yang mereka harapkan dari produk berkualitas.

Promosi penjualan harus mendukung penguatan posisi perusahaan dan terjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen agar lebih mengenal produk yang ditawarkan. Berbagai promo yang dilakukan oleh Shanur Putra Tunggal meliputi diskon, pemotongan harga, promo bundling, dan buy 1 get 1 free. Sebagai hasilnya, Shanur Putra Tunggal menjadi pilihan utama dalam menyediakan kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat.

Tabel 1.1
Data Penjualan Shanur Putra Tunggal

Bulan	Jumlah
Juli	Rp 1.909.356.759
Agustus	Rp 1.946.216.000
September	Rp 1.895.831.874

Sumber; Toko Shanur Putra Tunggal.

Berdasarkan analisis data penjualan Toko Shanur Putra Tunggal tiga bulan terakhir dari bulan juli s/d september menunjukkan bahwa pada pendapatan di bulan Juli sebesar Rp 1.909.356.756 dan dibulan agustus sebesar Rp 1.946.216.000 penjualan memiliki peningkatan, sedangkan di bulan september mengalami penurunan senilai Rp 1.895.831.874 hal ini menjadi indikator adanya permasalahan yang perlu peneliti ketahui dan menganalisis terhadap penyebab menurunnya penjualan tersebut hal-hal apa saja yang mempengaruhi harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Toko Shanur Putra Tunggal untuk meningkatkan penjualan.

Manajemen pemasaran

Pemasaran ialah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia. salah satu definisi pemasaran adalah memenuhi kebutuhan untuk menghasilkan keuntungan. pemasaran juga berkegiatan penting agar bisnis manapun karena pemasaran adalah kunci kesuksesan bisnis kegiatan pemasaran dapat mendukung proses yang fokus dalam mengembangkan sumber daya untuk meningkatkan penjualan produk.

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2018: 23), kualitas suatu produk adalah apa yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan dan digunakan atau dikonsumsi, termasuk bahan yang digunakan, mutu, harga, kemasan, warna, merek, pelayanan, Reputasi Penjual.

Harga

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan; ciri-ciri produk, saluran bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya (Kotler 2019: 139).

Promosi

Pengertian Menurut David Cravens (2020:77) berarti: "Perencanaan, dan Pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada para konsumen dan sasaran lainnya." Pengertian promosi yang dikemukakan oleh Philip Kotler adalah sebagai berikut: "Promosi meliputi semua alat-alat dalam kombinasi pemasaran yang peranan utamanya adalah untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk promosi merupakan suatu proses komunikasi dari penyampaian amanat atau berita tentang barang atau jasa dari penjual kepada para pembeli potensial (konsumen)".

Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan pembelian pada dasarnya merupakan sebuah proses pembelian yang dilalui oleh seorang konsumen akhir yang dimulai dari timbulnya rasa butuh sampai kepada perasaannya setelah melakukan pembelian. Proses pengambilan keputusan konsumen secara umum melalalui tiga tahapan yang terdiri dari

- 1) tahap sebelum pembelian
- 2) tahap pembelian
- 3) tahap kegiatan pasca pembelian.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu penelitian jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang sudah berbelanja ditoko grosir shanur putra tunggal kab.gowa. Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui dicari dengan menggunakan rumus Malhotra yaitu minimal 4 atau 5 dikalikan jumlah indikator variabel yang diamati. Dari rumus Malhotra tersebut, dapat dilakukan perhitungan untuk mencari jumlah sampel, Jumlah sampel yang digunakan 120 responden. Untuk mengetahui cara perhitungan mencari jumlah sampel yaitu, berapa banyak pernyataan keseluruhan variabel dependen dikalikan dengan pernyataan setiap variabel dependen. $20 \times 6 = 120$ Responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi apakah item-item pertanyaan yang digunakan berhasil mengukur apa yang seharusnya diukur (valid).

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,642	0,180	Valid
	X1.2	0,571	0,180	Valid
	X1.3	0,742	0,180	Valid
	X1.4	0,686	0,180	Valid
	X1.5	0,593	0,180	Valid
	X1.6	0,706	0,180	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,578	0,180	Valid
	X2.2	0,768	0,180	Valid
	X2.3	0,798	0,180	Valid
	X2.4	0,837	0,180	Valid
	X2.5	0,740	0,180	Valid
	X2.6	0,705	0,180	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0,679	0,180	Valid
	X3.2	0,618	0,180	Valid
	X3.3	0,794	0,180	Valid
	X3.4	0,801	0,180	Valid
	X3.5	0,841	0,180	Valid
	X3.6	0,811	0,180	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,749	0,180	Valid
	Y.2	0,819	0,180	Valid
	Y.3	0,773	0,180	Valid
	Y.4	0,761	0,180	Valid
	Y.5	0,810	0,180	Valid
	Y.6	0,800	0,180	Valid

Sumber : Data primer diolah dengan spss 2025

Berdasarkan tabel 1. diatas, menunjukkan bahwa semua item Pernyataan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa keseluruhan indikator adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner reliable atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menentukan keandalan suatu pertanyaan digunakan program komputer SPSS ,

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbah Alpha	Keterangan
Kualitas Produk(X1)	0,737	Reliabel
Harga (X2)	0,833	Reliabel
Promosi(X3)	0,851	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,879	Reliabel

Sumber : Data primer diolah dengan spss 2025

Berdasarkan tabel 2. diatas, menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan kuesioner memiliki koefisien *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliable atau handal.

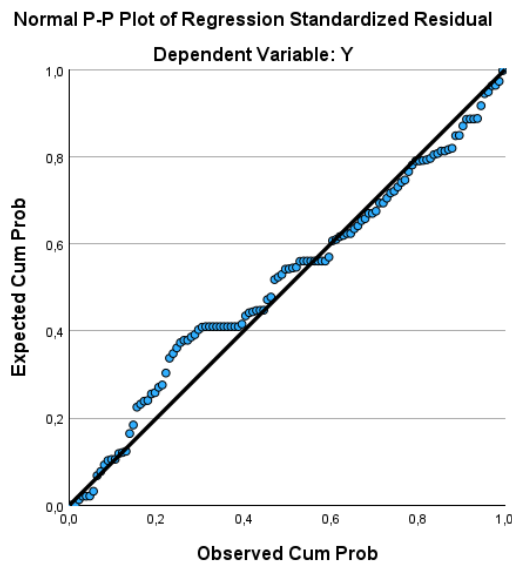
Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.

Gambar 3 Uji P-Plot



Berdasarkan uji P-P Plot didapatkan bahwa titik–titik data sudah menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

Uji Multikoloniaritas

Uji multikoloniaritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang besar antara variabel bebas dalam model regresi linear berganda. Jika terdapat korealsi yang besar antara variabel bebas, makai katan antara variabel bebas dan variabel terikat akan terganggu. Indentifikasi statsitik yang bebas digunakan untuk menguji kendala mulikoloniaritas adalah *variance inflator factor* (VIF) dan nilai tolerance. Tabel dibawah ini menunjukkan uji multikoloniaritas.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	.583	1,714	Bebas Multikolinieritas
Harga	.423	2,363	Bebas Multikolinieritas
Promosi	.508	1,967	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah dengan spss 2025

Dari tabel 4. untuk semua variabel diperoleh nilai tolerance diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10,0. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas.

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	Variabel Dependen	B	Std. Error	Beta	t	Sig	Ket
(Constant)		3,651	2,028		1,801	.074	
Kualitas Produk	Keputusan Pembelian	.200	.095	.172	2,111	.037	.200
Harga	Keputusan Pembelian	.170	.099	.164	1,715	.089	.170
Promosi	Keputusan Pembelian	.498	.086	.505	5,805	<,001	.498
R Square : .553							
F=47,850		Sig= <,001					

Sumber : Data primer diolah 2025

Berdasarkan tabel 5. diatas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,651 + 0,200X_1 + 0,170X_2 + 0,498X_3 + 5\%$$

- 1) Nilai konstanta a = 3,651 artinya jika variabel kualitas produk, harga, dan Promosi tidak dimasukkan dalam penelitian maka Keputusan Pembelian di Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea masih meningkat 3.651%.
- 2) Nilai koefisien b1 = 0.200 artinya jika variabel kualitas produk ditingkatkan lebih baik lagi maka keputusan pembelian di Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea akan meningkat sebesar 0.200% dengan ansumsi variabel independent yang lain konstan.
- 3) Nilai koefisien b2 = 0.170 artinya jika variabel harga ditingkatkan 1% lebih baik lagi maka keputusan pembelian di Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea akan meningkat sebesar 0.170% dengan asumsi variabel independent yang lain konstan.
- 4) Nilai koefisien b3 = 0.498 artinya jika variabel promosi ditingkatkan 1% lebih baik lagi maka keputusan pembelian di Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea akan meningkat sebesar 0.498% dengan asumsi variabel independent yang lain konstan.

Uji Partial (Uji t)

Uji t dalam regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji apakah parameter (koefisien regresi dan konstanta) yang diduga untuk mengestimasi persamaan/model regresi linier berganda sudah merupakan parameter yang tepat atau belum. Maksud tepat disini adalah parameter tersebut mampu menjelaskan perilaku variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikatnya. Parameter yang diestimasi dalam regresi linier meliputi intersep (konstanta) dan slope (koefisien dalam persamaan linier). Pada bagian ini, uji t difokuskan pada parameter slope (koefisien regresi) saja. Jadi uji t yang dimaksud adalah uji koefisien regresi. Ketentuan yang digunakan adalah apabila nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0.05 maka H0 ditolak atau koefisien regresi signifikan, dan apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0.05 maka H0 diterima atau koefisien regresi tidak signifikan.

Uji t digunakan mengetahui besarnya pengaruh dari setiap variabel dependen. Diketahui t-tabel sebesar 1.657. Nilai ini didapatkan dari rumus $df = n - k = 1.657$.

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
X1	0.172	.095	0.172	2,111	.037
X2	0.164	.099	0.164	1,715	.089
X3	0.505	.086	0.505	5,805	<.001

Dasar pengambilan keputusan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (**1.657**) dan nilai sig **<0.05** maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Berdasarkan tabel di atas, berikut ini dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial.

a) Kualitas Produk (X_1)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Kualitas produk (X_1) terhadap Keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai t_{hitung} **2,111** $>$ t_{tabel} **1.657** dan nilai sig. **0.037** $<$ **0.05**. Hal ini berarti variabel Kualitas Produk (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

b) Harga (X_2)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} **1,715** $>$ t_{tabel} **1.657** dan nilai sig. **0.089** $<$ **0.05**. Hal ini berarti variabel Harga (X_2) mempunyai pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

c) Promosi (X_3)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai t_{hitung} **5,805** $>$ t_{tabel} **1.657** dan nilai sig. **<.001** $<$ **0.05**. Hal ini berarti variabel Promosi (X_3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini menjelaskan mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Kualitas Produk, dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu. Keputusan pembelian. Sedangkan Harga berpengaruh positif tapi tidak signifikan Keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko grosir shanur putra tunggal tanetea dinyatakan diterima.

Menentukan persamaan analisis regresi berganda terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang dimana semua angket atau kuesioner pernyataan dan indikator variabel kualitas produk 0,737 pada keputusan pembelian 0,879 dinyatakan valid setelah data yang diperoleh dan di analisis dengan menggunakan data SPSS. Untuk meyakinkan item-item angket variabel dilakukan uji reabilitas yang mana terbukti bahwa item-item angket variabel kualitas produk pada keputusan pembelian, dikatakan realibel karena memiliki koefisien *Cronbach Alpha* diatas 0,60.

Setelah melakukan ujian instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan uji reabilitas kemudian melakukan uji asumsi klasik, uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Dalam uji normalitas menggunakan uji p-plot menunjukkan penyebaran (titik) disekitar garis regresi diagonal dan titik-titik data mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena asumsi normalitas. Kemudian ujian multikolonieritas menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel Kualitas produk 0,583 nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF variabel Kualitas produk 1,714 lebih kecil dari 10,00 hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas. Setelah melakukan uji asumsi klasik kemudian dilanjutkan dengan uji regresi linear berganda, hasil regresi berganda yang di olah dan analisis menggunakan metode SPSS maka diperoleh persamaan $Y = 3,651 + 0,200X_1 + 0,170X_2 + 0,498X_3 + 5\%$ dimana angka tersebut menunjukkan $b_0 = 3,651$, angka tersebut menunjukkan bahwa adanya kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian. $b_1X_1 = 0,200$ ini menunjukkan bahwa kualitas

produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.. sehingga dapat dijelaskan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Setelah melakukan uji regresi linear berganda tahap pengujian terakhir menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial dan uji koefisien determinasi R². Uji parsial menunjukkan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian diperoleh hasil nilai 0.037 lebih kecil dari nilai standar 0,05 sedangkan nilai t hitung sebesar 2,111 dan nilai t tabel sebesar 0,180 dari hasil ini dapat dinyatakan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada, Toko grosir shanur putra tunggal tanetea, uji parsial variabel harga terhadap keputusan pembelian dan yang terakhir uji koeffirensi determinasi, di ketahui nilai R sebesar 0,744 artinya korelasi antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian 0.744 ini berarti terjadi hubungan yang erat antara kualitas produk dan keputusan pembelian karena nilai mendekati angka 1. Sedangkan diketahui bahwa nilai adjusted R Squar sebesar 0.542 hal ini menunjukkan secara bersama sama variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko grosir shanur putra tunggal tanetea. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea.

Menentukan persamaan analisis regresi berganda terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang dimana semua angket atau kuesioner pernyataan dan indikator variabel yaitu Harga 0,833 dan keputusan pembelian 0,879 dinyatakan valid setelah data yang diperoleh dan di analisis dengan menggunakan data SPSS. Untuk meyakinkan item-item angket variabel dilakukan uji reabilitas yang mana terbukti bahwa item-item angket variabel, Harga pada keputusan pembelian, dikatakan realibel karena memiliki koefisien *Cronbach Alpha* diatas 0,60.

Setelah melakukan ujian instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan uji reabilitas kemudian melakukan uji asumsi klasik, uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Dalam uji normalitas menggunakan uji p-plot menunjukkan penyebaran (titik) disekitar garis regresi diagonal dan titik-titik data mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena asumsi normalitas. Kemudian ujian multikolonieritas menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel yaitu harga 0,423 nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF variabel yaitu Harga 2,363 lebih kecil dari 10,00 hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas. Setelah melakukan uji asumsi klasik kemudian dilanjutkan dengan uji regresi linear berganda, hasil regresi berganda yang di olah dan analisis menggunakan metode SPSS maka diperoleh persamaan $Y = 3,651 + 0,200X_1 + 0,170X_2 + 0,498X_3 + 5\%$ dimana angka tersebut menunjukkan $b_0 = 3,651$, angka tersebut menunjukkan bahwa adanya Harga maka akan mempengaruhi keputusan pembelian. $b_2X_2 = 0,170$ ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian..sehingga dapat dijelaskan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Setelah melakukan uji regresi linear berganda tahap pengujian terakhir menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial dan uji koefisien determinasi R². Uji parsial menunjukkan variabel harga terhadap keputusan pembelian diperoleh hasil nilai 0.089 lebih kecil dari nilai standar 0,05 sedangkan nilai t hitung sebesar 1,715 dan nilai t tabel sebesar 0,180 dari hasil ini dapat dinyatakan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel hasil ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada, Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea, uji parsial variabel harga terhadap keputusan pembelian Dan yang terakhir uji koeffirensi determinasi, di ketahui nilai R sebesar 0,744 artinya korelasi antara Harga terhadap keputusan pembelian 0.744 ini berarti terjadi hubungan yang erat antara Harga dan keputusan pembelian.

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko grosir shanur putra tunggal tanetea dinyatakan diterima. Menentukan persamaan analisis regresi berganda terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang dimana semua angket atau kuesioner pernyataan dan indikator variabel Promosi 0,851 dan keputusan pembelian 0,879 dinyatakan valid setelah data yang diperoleh dan dianalisis dengan menggunakan data SPSS. Untuk

meyakinkan item-item angket variabel dilakukan uji reabilitas yang mana terbukti bahwa item-item angket variable, Promosi pada keputusan pembelian, dikatakan realibel karena memiliki koefisien *Cronbach Alpha* diatas 0,60.

Setelah melakukan ujian instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan uji reabilitas kemudian melakukan uji asumsi klasik, uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Dalam uji normalitas menggunakan uji p-plot menunjukkan penyebaran (titik) disekitar garis regresi diagonal dan titik-titik data mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena asumsi normalitas. Kemudian ujian multikolonieritas menunjukkan bahwa nilai tolerance variable, Promosi 0,508 nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF Promosi 1,967 lebih kecil dari 10,00 hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas. Setelah melakukan uji asumsi klasik kemudian dilanjutkan dengan uji regresi linear berganda, hasil regresi berganda yang di olah dan analisis menggunakan metode SPSS maka diperoleh persamaan $Y = 3,651 + 0,200X_1 + 0,170X_2 + 0,498X_3 + 5\%$ dimana angka tersebut menunjukkan $b_0 = 3,651$, angka tersebut menunjukkan bahwa adanya Harga maka akan mempengaruhi keputusan pembelian. $b_3X_3 = 0,498$ ini menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.. sehingga dapat dijelaskan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Setelah melakukan uji regresi linear berganda tahap pengujian terakhir menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial dan uji koefisien determinasi R². Uji parsial menunjukkan variabel harga terhadap keputusan pembelian diperoleh hasil nilai $<,001$ lebih kecil dari nilai standar 0,05 sedangkan nilai t hitung sebesar 5,805 dan nilai t tabel sebesar 0,180 dari hasil ini dapat dinyatakan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel hasil ini menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada, Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea, uji parsial variabel harga terhadap keputusan pembelian Dan yang terakhir uji koeffisien determinasi, di ketahui nilai R sebesar 0,744 artinya korelasi antara promosi terhadap keputusan pembelian 0.744 ini berarti terjadi hubungan yang erat antara promosi dan keputusan pembelian karena nilai mendekati angka 1. Sedangkan diketahui bahwa nilai adjusted R Squar sebesar 0.542 hal ini menunjukkan secara Bersama sama varibel kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosi Shanur Puta Tunggal Tanetea Kab, Gowa. Berdasarkan analisis data serta pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea Kab, Gowa.
2. Variabel Harga Berpengaruh Positif Tidak Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea Kab, Gowa.
3. Variabel Promosi Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Shanur Putra Tunggal Tanetea Kab, Gowa.

Daftar Rujukan

- Alma, Buchori, "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa", Alfabeta, Bandung, 2020.
- Alma, Buchari. 2020 Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: CV. Alfabeta. Amirullah. 2021. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- As'alul Maghfiroh, Zainul Arifin, dan Sunarti. 2019. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian pada Perdana Indosat Ooredoo. Jurnal, Universitas Brawijaya Malang.
- Basu Swastha dan Irwan, "Manajemen Pemasaran Modern", Penerbit Liberty, 2022.
- Boyd, Harper W. Jr., Orville C. Walker, Jr., dan Jean-Claude Larreche, "Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global", Jilid Pertama, Alih Bahasa: Imam Nurmarwan, Penerbit Erlangga: Jakarta, 2020.
- Cravens, David W. "Pemasaran Strategic", Edisi keempat, Jilid 2, Erlangga: Jakarta, 2021.
- Dr. Buyung Romadhoni S.E., M.Si, Perilaku Konsumen. Google Books. Published 2024. Accessed December 5, 2024 keputusan pembelian
- Dita aulia 2018 Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu casual universitas sumatera utara

- Dayu Rizki , Tantia 2019 Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada makanan cepat saji kfc coffee kedaton bandar lampung fakultas keguruan dan ilmu pendidikan
- Dessica dinar sari 2021 pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada konsumen sim card gsm Prabayar xl di kota Yogyakarta). jurnal Manajemen Bisnis Indonesia
- Hamid, Abdul,” , Juni, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019.
- Hendry, Ma'ruf, "Pemasaran Ritel" . Gramedia Pustaka Utama; Jakarta, 2018. Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. “Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen”, BPF, Yogyakarta, 2020.
- smiyati 2020 pengaruh kualitas produk layanan terhadap keputusan pembelian di warung spesial sambal plengkung gading jalan mayjen sutoyo Yogyakarta *journal pf culinary education and technology* 6(8)
- Joseph, C. Mowen and Michael Minor, “Prilaku Konsumen”, Penerbit Erlangga, Jakarta 2019.
- Katler & Amstrong, “Prinsip-prinsip Pemasaran”, Erlangga, Jakarta, 2018
- Keguruan, F. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada makanan cepat saji kfc coffee kedaton Bandar lampung (skripsi) oleh dayu rizki tantia. Retrieved from.
- Nurul Septian Heryubani 2019 Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik merek wardah di kota Yogyakarta universitas pembangunan nasional veteran “yogyakarta, Sebagian M, Guna P, Gelar M.; 2019. Accessed August 5, 2024.
- Septian Heryubani N. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah Di Kota Yogyakarta DiSusun Oleh.;2022.
- Surono 2019 Analisis pengaruh penetapan harga, lokasi dan promosi Terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada alfa mart rempoa sandratex) fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam negeri syarif hidayatullah jakarta.
- Yogi Setiawan 2018 Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Dalam Berkunjung Pada Cafe Taman Selfie Di Kota Binjai Sarjana Universitas Sumatera Utara