

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KAIN TAJUNG KHAS  
PALEMBANG DI KELURAHAN SILABERANTI**

**SKRIPSI**



**Nama : Dewi Agusriani**

**NIM : 21 2011 060**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2015**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KAIN TAJUNG KHAS  
PALEMBANG DI KELURAHAN SILABERANTI**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi**



**NAMA : DEWI AGUSRIANI**

**NIM : 21 2011 060**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2015**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Agusriani

Nim : 212011060

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan segala konsekuensinya.

Palembang,

Penulis



Dewi Agusriani

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**Judul** : **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga  
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen  
Pada Kain Tajung Khas Palembang di  
Kelurahan Silaberanti**

**Nama** : **Dewi Agusriani**

**Nim** : **212011060**

**Fakultas** : **Ekonomi**

**Jurusan** : **Manajemen**

**Mata Kuliah Pokok** : **Manajemen Pemasaran**

**Diterima dan disahkan**

**Pada Tanggal .....**

**Pembimbing**



**(Hj. Fitantina, SE., M.Si)**  
**NIDN/NBM : 0028026301**

**Mengetahui**

**Dekan**  
**a.h Ketua Prodi Studi Manajemen**



  
**Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si**  
**NIDN/NBM : 0216057001**

**Motto :**

- ❖ **Jika kamu berbuat kebaikan, berarti kamu telah membuat kebaikan bagi dirimu sendiri, dan jika kamu berbuat keburukan maka akibat dari keburukan itu adalah bagi kamu sendiri ( al-isroh : 7)**
- ❖ **Kesuksesan dan kegagalan tidak akan berarti apa-apa tanpa semangat, kerja keras serta berpikir positif dan keyakinan bahwa allah melindungi setiap langkah yang kita lakukan**

**Ku persembahkan skripsi ini kepada:**

- ❖ **Ayahku Arlin dan mamaku Isnarita yang tercinta selalu mendoakanku dan yang mengharapkan keberhasilanku**
- ❖ **Ketiga adikku rian,rinal dan si uncu hafiz yang selalu mendukungku**
- ❖ **Almamaterku**

## PRAKATA

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahnya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KAIN TAJUNG KHAS PALEMBANG DI KELURAHAN SILABERANTI dengan tepat waktu.

Penulis telah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya namun penulis menyadari masih ada kelemahan dan kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Segala kritik dan saran yang sifatnya membangun terhadap penulisan skripsi ini akan diterima dengan hati terbuka dimasa yang akan datang.

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada Allah SWT, serta penulis sampaikan kepada kedua orangtua saya Ayahanda Arlin dan Ibunda Isnarita yang selalu mendoakan yang terbaik untuk saya, membiayai, mendidik, dan memberi dorongan semangat dan motivasi. Ketiga adikku Ardiansyah, Rinaldi dan Hafiz Saputra serta keluarga besarku yang telah memberikan dorongan semangat kepada penulis. Selain itu juga penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang:

1. Bapak H.M. Idris. SE, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Abid Djazuli, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Drs. Sunardi, SE,M.Si PJS Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Hj. Fitantina, SE., M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah banyak berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, koreksi, serta dorongan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Bapak/Ibu Dosen beserta staf karyawan/karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan.
7. Pimpinan beserta staf karyawan/karyawati di Kelurahan Silaberanti Palembang.
8. Seluruh responden yang meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner dalam kelancaran pembuatan skripsi ini.
9. Sepupuku satu kamar kostan (maya) yang selalu memberikan semangat.
10. Sahabat-sahabatku (Ika, Siti, Finna, Mega, Nurul) yang selalu memberikan semangat dan dukungan, semoga persahabatan kita terjalin selamanya.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik kalian semua, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga senantiasa mendapatkan limpahan rahmat dan hidayah dari Allah. Amin ya Robbal'alam.

Wasalamualaikum Wr.Wb

Palembang, Maret 2015

Penulis

Dewi Agusriani



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xiv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya.....	6
B. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2. Model Perilaku Konsumen.....	8
3. Pengertian Kualitas Produk.....	13
4. Pengertian Harga.....	15
5. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
C. Hipotesis.....	18

## BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	19
B. Tempat Penelitian.....	20
C. Operasionalisasi Variabel.....	20
D. Populasi dan Sampel.....	21
E. Data yang diperlukan.....	23
F. Metode Pengumpulan Data.....	24
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	25

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	31
1. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	31
2. Deskripsi Responden.....	35
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	38
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	45

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	58
B. Saran.....	60

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel I.1	Pendapat konsumen terhadap Kain Tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.....	3
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel.....	20
Tabel III.2	Jumlah Penduduk Kelurahan Silaberanti berdasarkan RW.....	21
Tabel III.3	Tekhnik Pengambilan Sampel.....	22
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel IV.3	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	37
Tabel IV.4	Karakteristik responden berdasarkan penghasilan.....	37
Tabel IV.5	Distribusi Frekuensi Kualitas Produk.....	39
Tabel IV.6	Distribusi Frekuensi Harga.....	41
Tabel IV.7	Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	43
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	45
Tabel IV.9	Hasil Uji Validitas Harga.....	46

Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	47
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel IV.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	49
Tabel IV.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel IV.14 Hasil Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel IV.15 Hasil Uji F (Uji bersama-sama).....	53
Tabel IV.16 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	54
Tabel IV.17 Hasil Analisis dan Koefisien Determinasi.....	55

**DAFTAR GAMBAR**

**HALAMAN**

**GAMBAR II.1 MODEL PERILAKU KONSUMEN.....8**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Biodata Penulis

Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Kuisisioner

Lampiran 3 Rekap Jawaban Responden

Lampiran 4 Fotocopy Surat Keterangan Selesai Riset

Lampiran 5 Fotocopy Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 6 Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi

Lampiran 7 Fotocopy Sertifikat Lulus Membaca Al-qur'an

Lampiran 8 Fotocopy Sertifikat TOEFL

Lampiran 9 Hasil Perhitungan SPSS

## ABSTRAK

Dewi Agusriani / 212011060 / 2015 / Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kain Tajung Khas Palembang di Kelurahan Silaberanti / Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh KK Kelurahan Silaberanti yang mempunyai kain tajung dengan sampel 98 responden. Data yang digunakan adalah data primer yang berupa jawaban kuisioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji t serta Uji Koefisien Determinasi.

Hasil pengujian yang telah dilakukan dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil perhitungan regresi yang didapat adalah  $Y = 1,680 + 0,384X_1 + 0,216X_2$ . Untuk Uji F didapat nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $9,566 > 2,758$  ini artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga secara silmutan terhadap keputusan pembelian. Untuk Uji t didapat nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  untuk thitung kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 2,997, maka  $2,997 > 1,661$  dan untuk thitung harga ( $X_2$ ) sebesar 2,331, maka  $2,331 > 1,661$  ini artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian. Serta uji koefisien determinasi didapat nilai sebesar 16,8% yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel Independen terhadap variabel dependen.

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



## ABSTRACT

Dewi Agusriani / 212011060 / 2015 / *The Influence of Product Quality and Price on Consumer Purchase Decision for Tajung Cloth of Special Palembang at Kelurahan Silaberanti / Management Marketing.*

*Formulation of the problem of was whether or not there is the influence of product quality and price on consumer purchase decision for Tajung Cloth of special Palembang at Kelurahan Silaberanti. The study aimed for finding out The Influence of product quality and price on the purchase decision for Tajung Cloth of special Palembang at Kelurahan Silaberanti. The study was conducted by using assosiative. The population of the study was all KK at Kelurahan Silaberanti who used Tajung cloth with total 98 respondents. The data was primary data that was questionnaire answers. The data was analyzed by using quantitative and qualitative with multiple linear regression, F test, T test, and coefficient of determination test. The result showed that  $Y = 1,680 + 0,384X_1 + 0,216X_2$ . Fobtained 9,566 > Ftable 2,758. it meant that there is a significant influence between product quality and price silmultaneously on purchase decision. tobtained > ttable or product quality (X1) is 2,997, than 2,997 > 1,661 and price (X2) is 2,331, than 2,331 > 1,661. it meant that there is a significant influence between product quality and price partially on purchase decision. Coefficient of determination test was 16,8% that showed independent variable contribution on dependent variable.*

*Keywords : Product quality, Price and purchase Decision.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha dalam era global saat ini menuntut setiap perusahaan untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada baik dalam bidang produksi, sumber daya manusia, keuangan dan pemasaran, agar mampu bersaing dalam pasaran domestik maupun mancanegara. Bagian pemasaran sebagai ujung tombak suatu perusahaan diharapkan untuk mampu memperkenalkan produk yang dihasilkan dengan seefektif dan seefisien mungkin, sehingga mampu merealisasikan tujuan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Pada dasarnya pemasaran adalah strategi untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk, di tengah persaingan usaha yang semakin padat, usaha kecil menengah harus punya kelebihan dibanding pesaing dalam pemasaran produk. UKM harus mengetahui keinginan konsumen sehingga dapat menghadirkan produk yang diinginkan konsumen, untuk itu harus dilakukan evaluasi produk dengan melakukan inovasi untuk mendapatkan produk terbaik.

Usaha kecil menengah atau yang biasa disingkat dengan UKM adalah jenis usaha yang sangat berkembang pada tahun-tahun terakhir, peranan usaha jenis ini pada perekonomian Indonesia tidak bisa dianggap sepele atau enteng. Usaha kecil menengah telah menyumbang banyak sekali manfaat bagi sendi-sendi perekonomian negara ini, UKM adalah jenis industri yang justru bertahan pada saat krisis ekonomi melanda Indonesia. Indonesia merupakan negara kepulauan

yang terdiri dari kurang lebih 17.000 pulau dan terbagi menjadi beberapa provinsi, hal ini pula yang menyebabkan Indonesia memiliki keanekaragaman budaya. Salah satu provinsi yang amat sangat terkenal dengan kain songketnya adalah Palembang, Sumatera selatan. Kain songket Palembang ini memiliki harga yang cukup mahal dan salah satu hasil kerajinan dari masyarakat Sumatera Selatan selain songket adalah Kain / Sarung Tajung khas Palembang.

Menurut Kotler (2005:49) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:465) Harga adalah sebagai jumlah uang ( satuan moneter) dan atau aspek lain-lainnya ( non moneter) yang mengandung utilitas kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sesuatu.

Kain Tajung adalah kain khas Palembang yang khusus di pakai untuk laki-laki, Sarung Tajung disebut juga dengan Gebeng dan ada lagi yang disebut dengan Tajung Rumpak atau Tajung Bumpak. Sarung Tajung dalam pembuatannya memakai benang serupa songket walau tak penuh. Dijelaskan bahwa di jalan Iptu Wahab di Kelurahan Tuan Kentang menjadi salah satu sentra produksi tekstil warisan leluhur khususnya kain tajung. Kawasan tersebut, kini telah berkembang menjadi sentra produksi kain yang kaya akan seni budaya khas kota tersebut.

Kain tenun tajung khas Palembang yang berbahan katun dan sutera hingga kini masih dipakai oleh kaum laki-laki terutama pada acara resmi seperti pernikahan. Menenun kain tajung juga sulit dan butuh waktu serta ketelitian sehingga bisa menghasilkan kain yang cantik dan bagus. Untuk membuat kain

tajung ini dalam sehari satu orang pekerja bisa menyelesaikan satu lembar kain saja. Kain tajung ini mempunyai khas sendiri dan untuk membuat kain itu sudah menjadi tradisi turun temurun dan punya cara tersendiri dalam memberikan pewarnaan benang, sehingga membuat harga kain tajung ini juga relatif mahal di bandingkan dengan kain-kain biasanya.

Harga kain tajung ini berkisar Rp100.000 keatas per lembar, kemudian dalam bentuk dasar atau bahan dijual Rp70.000 hingga Rp80.000 per meter dan sutera tajung Rp200.000 per lembar. Kebanyakan suatu sentra produksi menetapkan harga berdasarkan biaya yang dikeluarkan, lama proses pembuatan kain, dan sesuai dengan kualitas kain tersebut. Semakin tinggi kualitas kain semakin mahal harga kain tajung itu.

Berikut ditampilkan hasil survei pendahuluan tentang pendapat konsumen terhadap kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.

Tabel 1.1  
Pendapat konsumen terhadap Kain Tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.

No.	Indikator	Setuju	Tidak setuju
1.	Harga relatif mahal	15	5
2.	Desain kain monoton	12	8
3.	Kualitas produk bagus	10	10

Sumber : Riset pendahuluan, 2014

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan terhadap 20 orang masyarakat sekitar ternyata kebanyakan masyarakat tidak memiliki kain tersebut. Alasan konsumen tidak memiliki kain tajung tersebut salah satu nya adalah Kualitas Produk dan Harga.

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan kepasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Selanjutnya yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah harga, dengan harga yang cukup mahal dan terbuat dari bahan benang sutera, serta kegunaan yang hanya bisa dipakai pada saat acara resmi saja membuat para konsumen untuk lebih pikir panjang lagi dalam membeli kain tajung tersebut.

Latar belakang di atas maka perlu dikaji penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kain Tajung Khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi penulis

Sebagai bahan pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian, selain itu juga sebagai latihan penerapan teori-teori dan pengetahuan yang penulis dapatkan khususnya dalam mata kuliah manajemen pemasaran.

#### 2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti lain apabila melakukan penelitian dengan topik yang sama.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Sebelumnya

Arwinence Pramadewi (2010) Melakukan Penelitian sejenis dengan judul Analisis Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tenunan Ikat dan Kain Songket DEKRANASDA Rengat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bersaing apa yang dapat dirumuskan dan diterapkan oleh industri Tenun Ikat dan Kain Songket Dekranasda Rengat sehingga dapat meningkatkan volume penjualannya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Variabel yang digunakan adalah kualitas produk, harga, dan strategi bersaing. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang diambil secara *purposive random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dengan tehnik analisis pengumpulan data kuisisioner. Tehnik analisis yang digunakan adalah uji regresi linear berganda. Hasil penelitian diperoleh bahwa belum tercapainya target penjualan disebabkan oleh mahalnya harga produk Tenunan Ikat dan Kain Songket yang ditetapkan oleh Dekranasda dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh harga pesaing.

Januar Ida Wibowati (2010) Penelitian yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kain Songket di Kota Palembang. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian kain songket di kota Palembang. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Variabel yang

berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kain songket di kota Palembang adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor individu dan faktor psikologis. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang diambil secara *purposive*. Data yang digunakan adalah data primer dengan teknik analisis pengumpulan data kuisisioner. Teknik analisis menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian diperoleh terdapat pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor individu, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian kain songket secara signifikan.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Pengertian Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler (2009:166) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Studi perilaku konsumen muncul seiring dengan berkembangnya konsep pemasaran yang merupakan cara pandang pemasar dalam menghadapi konsumen dan pesaingnya, yang mana para pemasar berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara lebih efektif dari para pesaingnya. Tujuannya adalah memperoleh kepuasan pelanggan, sehingga ilmu perilaku konsumen dibutuhkan untuk mengidentifikasi apa kebutuhan dan keinginan konsumen dan pelanggan tersebut sehingga pemasar mampu menyusun dan mengimplementasikan

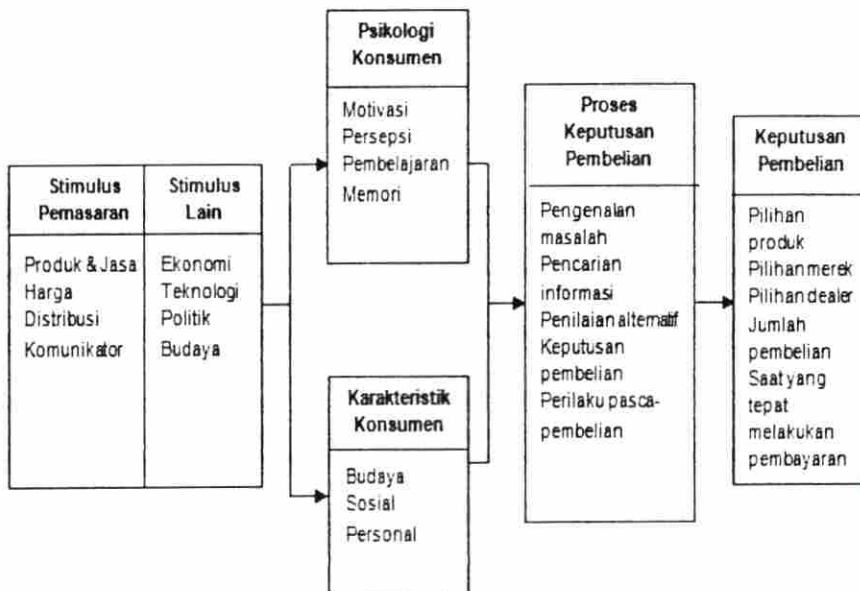


strategi pemasaran yang tepat untuk karakteristik konsumen yang menjadi target pasar.

### 1) Model-model Perilaku Konsumen

Mempelajari perilaku konsumen secara luas dapat ditunjukkan lewat gambar dibawah ini :

**Gambar 1.**  
**Model Perilaku Konsumen**



Sumber : Kotler dan Keller, 2007 : 214

Gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

### 1) Rangsangan pemasaran

#### a) Produk dan jasa

seseorang dapat saja membuat keputusan pembelian karena melihat bahwa produk dan jasa tersebut mempunyai kelebihan dari produk-produk dan jasa yang lain dan yang sejenis.

b) Harga

Keputusan melakukan pembelian juga dapat disebabkan konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuannya.

c) Tempat

Tempat disini adalah saluran distribusi bisa mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen melihat saluran distribusi yang digunakan tidak begitu panjang.

d) Komunikasi

Komunikasi adalah proses dimana seseorang individu (komunikator) mengoperkan perangsangan (biasanya lambang-lambang bahasa) untuk merubah tingkah laku individu yang lain.

2) Rangsangan lain

a) Ekonomi

Selain orang pasar juga memerlukan daya beli yang tersedia dalam suatu perekonomian tergantung pada pendapatan, harga, tabungan, hutang dan ketersediaan kredit saat ini, pasar harus memperhatikan dengan cermat trend dalam pendapatan pembelanjaan konsumen.

b) Teknologi

Dalam memuaskan kebutuhan akan rangsangan aktivitas intervensi dan ekonomi salah satu kekuatan orang yang paling dramatis dalam membentuk hidup manusia adalah teknologi. Teknologi baru memberikan nilai terunggul.

c) Politik

Dalam keputusan pemasaran lingkungan dibentuk oleh hukum, badan pemerintah yang mempengaruhi.

d) Budaya

Keyakinan nilai dan norma seseorang dibentuk oleh masyarakat dimana mereka dibesarkan. Manusia menyerap hampir secara tidak sadar pandangan dunia yang memuaskan hubungan mereka dengan dirinya sendiri dengan sesama dan hubungan manusia dengan alam.

3) Karakteristik Konsumen

a) Budaya

Menurut Kotler & Armstrong (2008:166) Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Melalui keluarga dan institusi lainnya.

b) Sosial

Faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga serta peran dan status mempengaruhi perilaku pembelian.

c) Pribadi

Faktor pribadi terdiri dari : umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

4) Psikologi

a) Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenic, kebutuhan itu timbul dari suatu keadaan psikologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus, rasa tidak

nyaman. Sedangkan kebutuhan lain bersifat psikologis yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan psikologis tertentu, misalnya kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

b) Persepsi

Sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

c) Pembelajaran

Pembelajaran (learning) adalah pendorong perubahan dalam perilaku kita yang timbul dari pengalaman, sebagian sebagian besar perilaku dipelajari, meskipun sebagian besar pembelajaran itu tidak sengaja.

d) Memori

Proses yang sangat konstruktif, karena kita tidak menginggit informasi dan kejadian secara lengkap dan akurat.

5) Proses Keputusan Pembelian

a) Pengenalan masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya, kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal dan rangsangan eksternal.

b) Evaluasi alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan , kebanyakan model dari proses pemilihan alternatif sekarang bersifat kognitif yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk.

c) Keputusan pembelian

Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti : pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan dan manfaat produk yang diharapkan.

d) Perilaku pasca pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

6) Keputusan Pembelian

a) Pilihan produk

Dalam hal ini perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk mengetahui kesukaan konsumen tentang produk bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya tarik merknya.

b) Pilihan merk

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merk mana yang akan dibeli. Setiap merk memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri.

c) Pilihan penyalur

Konsumen harus mengambil keputusan dimana produk yang akan dibeli tersebut.

d) Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu unit.

e) Waktu pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan kapan ia harus melakukan pembelian.

f) Metode pembayaran

Cara pembayaran yang dilakukan baik secara tunai maupun secara kredit.

## 2. Pengertian Kualitas Produk

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena adanya produk, perusahaan tidak akan melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasar produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk akan lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Menurut Kotler (2009:272), kualitas (*quality*) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa; oleh karena itu, kualitas berhubungan erat nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bisa di definisikan sebagai “bebas dari kerusakan.” Tetapi sebagian besar perusahaan yang berpusat pada pelanggan melangkah jauh melampaui definisi sempit ini. Justru

mereka mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler (2009:19) Produk adalah yang ditawarkan ke pasar untuk dibeli, digunakan dan dikonsumsi oleh seluruh masyarakat agar dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Kotler (2005:49) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Garvin (1987,1988) yang dikutip dari Fandy Tjiptono dan Chandra (2007:130) dikemukakan delapan dimensi kualitas produk yaitu :

1. Kinerja (*performance*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. Fitur atau ciri-ciri tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Reliabilitas (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, meliputi penanganan keluhan secara memuaskan. Layanan yang diberikan tidak hanya sebatas

sebelum penjualan tetapi juga selama proses penjualan dan purna jual.

7. Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. misalnya: bentuk fisik, model, desain yang artistik dan sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*percieved quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Akan tetapi suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar.

### 3. Pengertian Harga

Harga menurut Fandy Tjiptono (2008:465) adalah sebagai jumlah uang ( satuan moneter) dan atau aspek lain-lainnya ( non moneter) yang mengandung utilitas kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sesuatu.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 345) Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa



Menurut Kotler & Armstrong (2008:345) faktor harga dipengaruhi oleh :

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas.
- c. Daya saing harga.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

#### **4. Pengertian Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 181) Keputusan Pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang di tawarkan.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang yang ditawarkan. Dalam tahap evaluasi, konsumen menentukan produk apa yang akan hendak dibeli. Pada umumnya keputusan pembelian konsumen adalah membeli mereka yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembeli dan keputusan pembelian. Konsumen akan membeli produk dengan jumlah tertentu sesuai dengan kebutuhannya. Konsumen juga akan menentukan tempat pembelian dimana lokasi muda dijangkau.

Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Membeli Menurut Kotler (2008:413) Struktur Keputusan Pembelian yang diambil oleh

pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir. Setiap keputusan pembelian mempunyai struktur komponen.

Komponen-komponen tersebut antara lain:

a. Keputusan tentang produk

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

b. Keputusan tentang merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen harus memilih sebuah merek dalam melakukan pembeliannya, merek yang sudah dikenal memiliki nama akan memudahkan konsumen dalam mengambil keputusannya.

c. Keputusan tentang saluran

Konsumen harus mengambil keputusan tentang saluran atau distribusi dalam pembelian suatu produk ataupun jasa. Apabila telah mengambil keputusan tentang saluran maka akan memudahkan dalam pembelian suatu produk ataupun jasa.

d. Keputusan tentang waktu pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan ia harus melakukan pembelian. Masalah ini menyangkut tersedianya untuk membeli produk. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mengukur waktu produksi dan kegiatan pemasaran.

e. Keputusan tentang jumlah produk

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

### C. Hipotesis

Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti Palembang.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis penelitian

Menurut Sugiyono (2009:11) jenis penelitian ditinjau dari tingkat eksplanasinya ada tiga macam yaitu :

1. Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (Independent), tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

2. Penelitian Komparatif

Penelitian komparatif adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan, disini variabelnya masih sama dengan variabel mandiri, tetapi untuk sampel lebih dari satu atau dalam waktu yang berbeda.

3. Penelitian Asosiatif

Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu variabel X1 (**Kualitas Produk**), variabel X2 (harga) merupakan variabel independent dan Y

(prilaku keputusan pembelian) merupakan variabel dependent pada konsumen di Kelurahan Silaberanti Palembang.

## B. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jalan Silaberanti, Seberang Ulu I, Kelurahan Silaberanti, Palembang.

## C. Operasionalisasi Variabel

**Tabel III.1**  
**Variabel, Defenisi dan Indikator**

NO	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator
1.	Kualitas Produk (X1)	Keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat pada kain tajung.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tahan</li> <li>• Fitur</li> <li>• Estetika</li> </ul>
2.	Harga (X2)	Jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain-lainnya yang mengandung utilitas kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sesuatu yaitu kain tajung.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterjangkauan harga</li> <li>• Kesesuaian harga dengan kualitas</li> <li>• Daya saing harga</li> </ul>
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif untuk memilih kain tajung.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pilihan produk</li> <li>• Penyalur</li> <li>• Jumlah pembelian</li> </ul>

Sumber : Berdasarkan teori, 2014

#### D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009:115). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh KK Kelurahan Silaberanti Palembang yang mempunyai kain tajung, dengan kerangka sampel sebagai berikut:

**Tabel III.2**  
**Jumlah Penduduk Kelurahan Silaberanti berdasarkan RW**

NO.	RW	Jumlah KK
1	1	551
2	2	400
3	3	450
4	4	550
5	5	580
6	6	850
7	7	650
8	8	534
Jumlah		4565

Sumber : Kantor Kelurahan Silaberanti, 2014

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian (Sugiyono, 2009:67), untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi penelitian digunakan pendapat Slovin dengan rumus :  $n =$

$\frac{N}{(1+Ne^2)}$  perhitungan jumlah sampel dengan Rumus Slovin dari jumlah populasi

sebesar 4565 KK penduduk dengan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{4565}{(1 + (4565)(0.10)^2)} = 97,85$$

$$n = 98 \text{ KK}$$

Berdasarkan hasil diatas jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 98 KK atau responden, karna keterbatasan biaya dan waktu maka secara sengaja responden adalah setiap KK akan diambil satu orang, bisa KK atau yang mewakili. Teknik samplingnya adalah *cluster sampling*. Yang dimaksud dengan *cluster sampling* adalah populasi dikelompokkan menjadi sub-sub populasi yang masing-masing sub-sub dikategorikan sebagai RW. Selanjutnya sampel diambil dari setiap RW secara profesional sebagai berikut :

**Tabel III.3**  
**Tekhnik Pengambilan Sampel**

NO.	RW	Sampel
1.	1	$551/4565 \times 98 = 11,82 = 12$
2.	2	$400/4565 \times 98 = 8,58 = 9$
3.	3	$450/4565 \times 98 = 9,66 = 10$
4.	4	$550/4565 \times 98 = 11,80 = 12$
5.	5	$580/4565 \times 98 = 12,45 = 12$
6.	6	$850/4565 \times 98 = 18,24 = 18$
7.	7	$650/4565 \times 98 = 13,95 = 14$
8.	8	$534/4565 \times 98 = 11,46 = 11$
		98

Sumber : Kantor Kelurahan Silaberanti, 2014

Sampel adalah warga yang dikhususkan memiliki kain tajung karena responden di Kelurahan Silaberanti tidak semua warga nya yang membeli dan memiliki kain tajung, hal ini disebabkan karena kain tajung ini jarang digunakan untuk sehari-hari, dengan cara merawat kain ini sulit dan harganya mahal mereka lebih memilih kain yang mempunyai kualitas yang biasa saja

dan bisa digunakan sehari-hari sedangkan kain ini biasa digunakan untuk acara tertentu dan jarang digunakan untuk aktifitas sehari-hari sehingga diambil sampel sebanyak 98 responden.

## **E. Data yang diperlukan**

Dilihat dari sumbernya, Menurut Husein Umar (2011:42) data terdiri dari:

### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuisisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu diperoleh dari sumber pertama yaitu jawaban kuisisioner responden dan data sekunder yaitu data primer yang telah diolah lebih lanjut seperti gambaran umum Kelurahan Silaberanti Palembang.



## F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Husein Umar (2011:49) :

1. Kuisisioner (Angket)

Pengumpulan dengan cara memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden.

2. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung kepada sumber-sumber datanya.

3. Observasi

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian.

4. Tes

Pengumpulan data yang sifatnya mengevaluasi hasil proses atau untuk mendapatkan kondisi awal sebelum proses (pre-test dan post test).

5. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik tertulis maupun elektronik.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner dengan cara memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden.

## G. Analisis Data dan Teknik Analisis

### 1. Analisis data

Menurut Sugiyono (2009:426) analisis data terdiri dari :

- a. Analisis kualitatif yaitu analisis yang dilakukan jika data yang dikumpulkan sedikit, bersifat monografis atau berwujud kasus-kasus yang dikumpulkan tidak dapat disusun dalam suatu struktur klasifikasi.
- b. Analisis kuantitatif adalah analisis dilakukan jika data yang dikumpulkan berjumlah besar dan mudah diklasifikasikan kedalam kategori.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dan kuantitatif. Secara kualitatif digunakan Skala Likert dengan pilihan jawaban responden sbb :

Sangat setuju	= SS
Setuju	= S
Netral	= N
Tidak setuju	= TS
Sangat tidak setuju	= STS

kemudian dikuantitatifkan sbb :

Sangat setuju	= 5
Baik	= 4
Netral	= 3
Tidak setuju	= 2
Sangat tidak setuju	= 1

## 2. Uji Instrument

### a. Uji Validitas

Kuisisioner dikatakan valid jika butir-butir pertanyaan didalamnya mampu mengungkapkan sesuatu yang benar-benar diukur kuisisioner tersebut. Artinya kuisisioner itu mampu mengungkapkan perbedaan objek atas dasar karakteristik yang diukur (Sugiyono, 2009:172). Untuk pengujian validitas tiap butir dilakukan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir. Adapun kriteria penelitian yaitu item pertanyaan-pertanyaan dianggap valid jika nilai validitasnya lebih besar dari nilai korelasi tabel SPSS.

### b. Uji Reliabilitas

Kuisisioner dikatakan reliable jika memberikan hasil yang konsisten dalam pengukuran yang dilakukan berulang kali (sugiyono,2008 : 456). Untuk menguji reabilitas salah satu metodenya adalah Alpa Cronbach. Standar yang digunakan dalam menentukan reliable atau tidaknya sesuatu instrument penelitian adalah pertandingan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel pada taraf kepercayaan 90% atau tingkat signifikan 10%. Apabila dilakukan pengujian reabilitas dengan metode Alpa Croncbach maka nilai  $r$  hitung diwakili oleh nilai Alpa.

### 3. Teknik Analisis

Teknik analisis menurut Iqbal Hasan (2008 :253) yaitu :

#### a. Regresi Linear Berganda

Dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian Kain Tajung

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Harga

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien

e = Error

#### b. Uji F

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

Langkah-langkahnya yaitu :

1) Menentukan H<sub>0</sub> dan H<sub>1</sub>

H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.

$H_1$  : Ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.

- 2) Menentukan harga  $F_{\text{tabel}}$  dengan tingkat keyakinan 90%, tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 10% = 0,10 dan derajat kebebasan (df) =  $n - 2$  dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh terhadap variabel X dan Y.
- 3) Uji Statistik

$$F = \frac{r^2 (K-1)}{(1-r^2)n-K}$$

Keterangan :

- $r$  = Nilai koefisien korelasi  
 $K$  = Jumlah variabel bebas  
 $N$  = Banyaknya sampel

- 4) Menarik Kesimpulan

- $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima apabila  $F_{\text{hitung}} >$  dari  $F_{\text{tabel}}$
- $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak apabila  $F_{\text{hitung}} \leq$  dari  $F_{\text{tabel}}$

### c. Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu uji untuk mempengaruhi pengaruh harga variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Langkah langkahnya yaitu :

1) Menentukan  $H_0$  dan  $H_1$ 

$H_0$  : Tidak ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.

$H_1$  : Ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.

2) Menentukan harga  $t_{\text{tabel}}$  dengan tingkat keyakinan 90%, tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 10% = 0,10 dan derajat kebebasan (dt) =  $n - 2$  dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh terhadap variabel X dan Y.

## 3) Uji Statistik

$$t = \frac{t \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

$t$  = t hitung

$r$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah data

## 4) Menarik Kesimpulan

- $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima apabila  $t_{\text{hitung}} >$  dari  $t_{\text{tabel}}$
- $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak apabila  $t_{\text{hitung}} \leq$  dari  $t_{\text{tabel}}$

**d. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh yang dapat ditentukan oleh persamaan regresi yaitu untuk mengetahui seberapa besar variabel yang dapat diterangkan oleh variabel X.

$$R = (r^2) \times 100\%$$

Dimana:

r = koefisien korelasi

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Kelurahan Silaberanti Palembang

Kelurahan Silaberanti merupakan Kelurahan yang terletak di Jalan Silaberanti No.37 RT.28 RW.07 Palembang, Sumatera Selatan.

###### a. Luas dan Batas Wilayah

1) Luas Kelurahan : 324 Ha

a) Sebelah Selatan : Kelurahan Plaju Darat.

b) Sebelah Barat : Kelurahan 8 ULU.

c) Sebelah Timur : Kelurahan 13 ULU.

2) Keadaan Geografis

a) Dataran Tinggi : -

b) Dataran Rendah : 324 Ha.

3) Orbitas (Jarak dari Pusat Pemerintah)

a) Jarak dari Pusat Pemerintah Kecamatan :  $\pm$  3Km.

b) Jarak dari Pusat Pemerintah Kota :  $\pm$  5Km.

###### b. Kependudukan

1) Jumlah penduduk menurut kelamin :

a) Laki-laki : 8.820 Orang.

b) Perempuan : 8.891 Orang.

2) Jumlah KK : 4.565 KK.



## 3) Kewarganegaraan :

- a) WNI : 17.711 Orang.
- b) WNA : -

## 4) Jumlah Penduduk menurut Agama :

- a) Islam : 17.611 Orang.
- b) Kristen : 58 Orang.
- c) Katolik : 20 Orang.
- d) Budha : 2 Orang.
- e) Hindu : 1 Orang.

## 5) Jumlah Penduduk menurut Pendidikan :

- a) Lulus SD : 1.365 Orang.
- b) Lulus SMP : 3.244 Orang.
- c) Lulus SMA : 6.870 Orang.
- d) Lulus S1 : 315 Orang.

## 6) Jumlah Penduduk menurut Mata Pencarian :

- a) PNS : 276 Orang.
- b) Wiraswasta : 6.402 Orang.
- c) TNI/POLRI : 168 Orang.
- d) Buruh : 1.223 Orang.
- e) Pensiunan : 207 Orang.

c. Jumlah Perangkat Kelurahan:

- 1) SEKLUR : 1 Orang.
- 2) KASI : 2 Orang.
- 3) STAF : -

d. Pembinaan RT/RW :

- 1) Jumlah RT : 43
- 2) Jumlah RW : 8

e. Bidang Pembangunan :

1) Sarana Peribadatan :

- a) Jumlah Masjid : 9 Buah.
- b) Jumlah Mushola : 12 Buah.
- c) Jumlah Gereja : -
- d) Jumlah Pura : -
- e) Jumlah Wihara : -

2) Sarana Pendidikan :

- a) TK Negeri : - Buah, TK Swasta : 1 Buah
- b) SD Negeri : 4 Buah, SD Swasta : 2 Buah
- c) SMP Negeri : 3 Buah, SMP Negeri : - Buah
- d) SMA Negeri : - Buah, SMA Swasta : - Buah
- e) PT Negeri : - Buah, PT Swasta : 1 Buah

3) Industri:

- a) Jumlah Jenis Usaha Industri : 3 Jenis
- b) Jumlah Usaha Industri : - Buah

## 4) Perdagangan / Jasa :

- a) Jenis Sarana Perdagangan : Ruko.
- b) Jumlah Sarana Perdagangan : 12 Buah.

## 5) Perekonomian :

- a) Jumlah Jenis Sarana Koperasi : 1 Jenis.
- b) Jumlah Sarana Koperasi : 1 Jenis.

## 6) Perumahan:

- a) Rumah Permanen : 800 Buah.
- b) Rumah Semi Permanen : 1.200 Buah.
- c) Rumah Non Permanen : 1.800 Buah.

## 7) Kelembagaan Kelurahan :

- a) Jumlah pengurus LPMLK : 33 Orang
- b) Jumlah kader pembangunan : 6 Orang
- c) PKK
  - (1) Jumlah kader penggerak PKK : 35 Orang
  - (2) Jumlah kader PKK : 77 Orang

## 2. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan Jenis kelamin, Usia, Pekerjaan, Penghasilan.

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel IV.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase %
Laki-laki	59	60,20
Perempuan	39	39,79
Jumlah	98	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2015)

Tabel IV.1 diatas dapat dilihat bahwa responden berdasarkan jenis kelamin yang paling dominan adalah laki-laki sebesar 59 responden karena mayoritas yang menggunakan kain tajung ini adalah laki-laki, sedangkan perempuan sebesar 39 responden karena perempuan tidak menggunakan kain tajung dan perempuan disini sebagai responden yang mewakili untuk membeli kain tajung tersebut.

### b. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Karakteristik Responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel IV.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia (th)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<30	3	3,06
30-39	23	23,46
40-49	37	37,75
>50	35	35,71
Jumlah	98	100

Sumber : Hasil pengolahan Data Primer, 2015

Tabel IV.2 dapat dilihat bahwa responden berdasarkan usia yang paling dominan adalah usia 40-49 tahun sebesar 37 (37,75%) responden, dikarenakan diusia ini masih banyak responden laki-laki yang menggunakan kain tajung. sedangkan yang paling sedikit jawaban responden adalah usia <30 tahun dikarenakan usia tersebut responden kebanyakan tidak terlalu menyukai kain tajung ini bahkan tidak terlalu paham dengan kegunaan kain tajung itu sendiri.

### c. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.3**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
PNS	31	31,63
Swasta	20	20,40
Wiraswasta	36	36,73
Lain-lainnya	11	11,22

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Tabel IV.3 dapat dilihat bahwa responden berdasarkan jenis pekerjaan yang paling dominan adalah wiraswasta sebesar 36 (36,73%) responden karena di Kelurahan Silaberanti ini lebih banyak penduduk yang bermata pencarian sebagai wiraswasta atau membuka usaha sendiri. Sedangkan yang paling sedikit menjawab adalah lain-lainnya yang mana disini responden tidak diketahui pekerjaannya.

**d. Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan**

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel IV.4**  
**Karakteristik responden berdasarkan penghasilan**

Penghasilan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<2.000.000	20	20,40
2.000.000-4.000.000	45	45,91
>4.000.000	33	33,67
Jumlah	98	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Tabel IV.4 dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini yang berpenghasilan 2.000.000-4.000.000 sebesar 45 (45,91%) responden dikarenakan penduduk di Kelurahan Silaberanti mempunyai penghasilan yang cukup tinggi dan mampu untuk membeli kain tajung tersebut dan responden merasa dengan membeli kain tajung mereka bisa menggunakannya pada saat tertentu. sedangkan yang paling sedikit < 2000.000 sebesar 20 (20,40%) responden dikarenakan harga yang relatif mahal serta penghasilan yang rendah sehingga mereka lebih berfikir ulang untuk membeli kain tajung ini.

### **3. Deskripsi Variabel Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kain tajung. Penyajian data masing-masing variabel adalah dalam bentuk distribusi frekuensi dimana masing-masing responden memberikan penilaian sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Hasil penelitian ini didasarkan pada isian responden yang berjumlah sebanyak 98 responden.

#### **a. Variabel Kualitas Produk (X1)**

Variabel Kualitas Produk terdiri atas 3 pernyataan yang digunakan, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.5**  
**Distribusi Frekuensi Kualitas Produk**

Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		(%)	Total
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
Daya tahan kain tajung bagus	5	5,1	60	61,2	31	31,6	2	2,0	-	-	100	98
Warna kain tajung menarik	6	6,1	65	66,3	26	26,5	1	1,0			100	98
Desain kain tajung beranekaragam	8	8,2	67	68,4	21	21,4	2	2,0	-	-	100	98

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Keterangan : Fi:frekuensi ; SS:Sangat Setuju ;S:Setuju; N:Netral ;TS:Tidak Setuju; STS:Sangat Tidak Setuju

Berdasarkan tabel IV.5 diatas dapat diketahui bahwa di pertanyaan pertama yang menjawab paling banyak adalah setuju yaitu sebanyak 61,2% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap daya tahan kain tajung bagus apabila responden itu sendiri bisa mengetahui tata cara merawat kain tajung ini. sedangkan yang menjawab paling sedikit adalah tidak setuju sebanyak 2,0% karena responden ini menganggap bahwa kain tajung ini memiliki daya tahan yang biasa saja dibandingkan dengan kain yang lainnya.

Berdasarkan tabel IV.5 diatas diketahui bahwa di pertanyaan kedua yang paling banyak menjawab setuju sebanyak 66,3% hal ini berarti responden menyukai banyaknya variasi warna pada kain tajung dan menarik sehingga responden tertarik untuk membeli dan menggunakan kain tajung



ini sedangkan yang menjawab paling sedikit adalah tidak setuju sebesar 1,0% karena responden merasa bahwa warna kain tajung biasa-biasa saja sama seperti kain pada biasanya.

Berdasarkan tabel IV.5 diatas diketahui bahwa dipertanyaan ketiga yang paling banyak menjawab adalah setuju sebesar 68,4%, hali ini berarti responden menyukai kain tajung yang beranekaragam, dan bahkan responden menyarankan kan agar kain tajung ini lebih inovasi. sedangkan yang menjawab paling sedikit adalah tidak setuju sebesar 2,0% karena responden merasa tidak sependapat dengan adanya desain kain tajung yang beranekaragam, responden pun hanya mengetahui kalau desain kain tajung ini tidak ada inovasi.

#### **b. Variabel Harga (X2)**

Variabel Harga terdiri atas 3 pernyataan yang digunakan, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.6**  
**Distribusi Frekuensi Harga**

Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		%	Total
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
Harga kain tajung relatif mahal	-	-	23	23, 5	41	41, 8	32	32, 7	2	2, 0	100	98
Harga kain tajung sesuai dengan kualitas kain	7	7,1	57	58, 2	28	28, 6	6	6,1	-	-	100	98
Kain tajung memiliki daya saing harga	2	2,0	31	31, 6	32	32, 7	30	30, 6	3	3, 1	100	98

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Berdasarkan tabel IV.6 diatas dapat diketahui bahwa di pertanyaan I dengan pertanyaan “Harga kain tajung relatif mahal” responden yang menjawab netral sebanyak 41,8% hal ini membuat responden merasa netral dengan harga yang relatif mahal karna responden juga tidak terlalu paham dengan cara merawat kain tajung ini yang relatif sulit dibandingkan dengan kain biasanya membuat responden untuk lebih berfikir panjang membeli kain tajung ini. Sedangkan yang menjawab paling sedikit adalah sangat tidak setuju sebanyak 2,0% karena responden merasa masih banyak kain yang mempunyai harga relative mahal dibandingkan kain tajung tersebut.

Berdasarkan tabel IV.6 diatas dapat dilihat dari pertanyaan II dengan pertanyaan “Harga kain tajung sesuai dengan kualitas kain” responden yang menjawab setuju sebanyak 58,2%, karena dengan harga relatif mahal

responden bisa memiliki kain tajung sesuai dengan yang diinginkan, dengan harga mahal kualitas produk kain tajung itu sendiri bermutu membuat para responden membeli kain tajung, sedangkan yang paling sedikit menjawab adalah tidak setuju sebesar 6.1% karena responden merasa bahwa harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas kain yang kadang kain cepat pudar dan luntur pada saat di cuci.

Berdasarkan tabel IV.6 dapat dilihat bahwa dari pertanyaan III dengan pertanyaan “Kain tajung memiliki daya saing harga” responden menjawab netral sebanyak 32,7%. Hal ini menunjukkan bahwa dari pertanyaan III responden kebanyakan menjawab netral, karena responden merasa bahwa kain tajung tersebut mungkin memiliki daya saing harga dengan kain yang lainnya. Sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 30,6% karena dengan harga yang ditawarkan untuk kain tajung itu sendiri responden merasa dengan harga itu responden bisa mendapatkan kain yang lebih dari harga kain tajung.

### **c. Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Variabel Keputusan Pembelian terdiri atas 3 pernyataan yang digunakan, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.7**  
**Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian**

Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		%	Total
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
Saya membeli kain tajung yang dibuat menjadi berbagai macam pakaian	21	21,4	44	44,9	33	33,7	-	-	100	98
Saya lebih senang membeli kain tajung di pasar tradisional	20	20,4	50	51,0	26	26,5	2	2,0	100	98
Saya membeli kain tajung lebih dari satu	13	13,3	56	57,1	27	27,6	2	2,0	100	98

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Tabel IV.7 dapat dilihat bahwa dari pertanyaan pertama yang paling banyak menjawab adalah setuju sebanyak 44,9%, hal ini menunjukkan bahwa responden ada yang membeli kain tajung yang dibuat menjadi berbagai macam pakaian, karena responden sebagian ada yang membeli kain dasar sehingga membuat responden untuk membeli kain tersebut. Sedangkan yang menjawab netral sebanyak 33,7% karena responden merasa bahwa responden tidak pernah membeli kain tajung yang dibuat menjadi berbagai macam pakaian yang responden beli berbentuk kain sarung atau kain dasar dari kain tajung tersebut.

Berdasarkan tabel IV.7 dapat dilihat dari pertanyaan kedua yang paling banyak menjawab adalah setuju sebanyak 51,0%, hal ini menunjukkan bahwa responden lebih senang membeli kain tajung di pasar

tradisional karena responden merasa tempat nya mudah dijangkau dan responden bisa melakukan tawar-menawar dalam membeli kain tajung ini. sedangkan yang paling sedikit menjawab adalah tidak setuju sebanyak 2,0% responden lebih menyukai membeli kain tajung ini di pasar modern, karena responden tidak perlu berdesa-desakan dengan pengunjung lainnya biasanya responden lebih menyukai praktis dalam membeli kain dan biasanya di psar modern juga jarang ditemui kain ini.

Berdasarkan tabel IV.7 dilihat dari pertanyaan ketiga yang paling banyak menjawab setuju sebanyak 57,1%, Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden membeli kain tajung tersebut sesuai kebutuhan untuk menggunakan kain tajung ini, biasanya pada waktu tertentu responden membeli kain tajung lebih dari satu untuk digunakan pada saat hari raya atau pada saat acara pernikahan, sedangkan yang paling sedikit menjawab tidak setuju sebanyak 2,0% karena responden merasa bahwa tidak terlalu membutuhkan kain tajung tersebut lebih dari satu.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Uji Instrument Penelitian

#### a. Uji Validitas

Kuisisioner dikatakan valid jika butir-butir pertanyaan didalamnya mampu mengungkapkan sesuatu yang benar-benar diukur kuisisioner tersebut. Artinya kuisisioner itu mampu mengungkapkan perbedaan objek atas dasar karakteristik yang diukur (Sugiyono, 2009:172), untuk pengujian validitas tiap butir dilakukan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir. Adapun kriteria penelitian yaitu item pertanyaan-pertanyaan dianggap valid jika nilai validitasnya lebih besar dari nilai korelasi tabel SPSS.

#### 1) Variabel Kualitas Produk (X1)

Hasil pengolahan data untuk mengetahui variabel yang diteliti valid atau tidak, berikut pengujian validitas pada variabel Kualitas Produk (X1), selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)**

No.	Item	<i>Corrrected item total correlation</i>	R tabel (=10%)	Hasil Validitas
1.	P1	0,756	0,256	Valid
2.	P2	0,741	0,256	Valid
3.	P3	0,792	0,256	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Hasil analisis didapat nilai *Pearson Correlation* ( $r_{hitung}$ ) antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ ,  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 0,10 dengan uji 2 sisi dan jumlah data ( $n$ ) = 98, maka didapat  $r_{tabel}$  sebesar 0,256.

Berdasarkan hasil analisis didapat nilai *Pearson Correlation* ( $r_{hitung}$ ) untuk semua item lebih besar dari 0,256 maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut berkorelasi signifikan dengan skor total (dinyatakan valid) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrument tersebut valid.

## 2) Variabel Harga (X2)

Hasil pengolahan data untuk mengetahui variabel yang diteliti valid atau tidak, berikut pengujian validitas pada variabel Harga (X2), selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Validitas Harga (X2)**

No.	Item	<i>Correrected item total correlation</i>	R tabel ( $\alpha = 10\%$ )	Hasil Validitas
1.	P1	0,816	0,256	Valid
2.	P2	0,626	0,256	Valid
3.	P3	0,842	0,256	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Hasil analisis didapat nilai *Pearson Correlation* ( $r_{hitung}$ ) antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ ,  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 0,10 dengan uji 2 sisi dan jumlah data ( $n$ ) = 98, maka didapat  $r_{tabel}$  sebesar 0,256.

Berdasarkan hasil analisis didapat nilai *Pearson Correlation* ( $r_{hitung}$ ) untuk semua item lebih besar dari 0,256 maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut berkorelasi signifikan dengan skor total (dinyatakan valid) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrument tersebut valid.

### 3) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Hasil pengolahan data untuk mengetahui variabel yang diteliti valid atau tidak, berikut pengujian validitas pada variabel Keputusan Pembelian (Y), selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

No.	Item	<i>Correrected item total correlation</i>	R tabel (=10%)	Hasil Validitas
1.	P1	0,754	0,256	Valid
2.	P2	0,758	0,256	Valid
3.	P3	0,767	0,256	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS



Hasil analisis didapat nilai *Pearson Correlation* ( $r_{hitung}$ ) antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ ,  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 0,10 dengan uji 2 sisi dan jumlah data ( $n$ ) = 98, maka didapat  $r_{tabel}$  sebesar 0,256.

Berdasarkan hasil analisis didapat nilai *Pearson Correlation* ( $r_{hitung}$ ) untuk semua item lebih besar dari 0,256 maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut berkorelasi signifikan dengan skor total (dinyatakan valid) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrument tersebut valid.

## **b. Uji Reliabilitas**

Kuisisioner dikatakan reliable jika memberikan hasil yang konsisten dalam pengukuran yang dilakukan berulang kali (sugiyono,2008 : 456). Untuk menguji reabilitas salah satu metodenya adalah Alpa Cronbach. Standar yang digunakan dalam menentukan reliable atau tidaknya sesuatu instrument penelitian adalah pertandingan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 90% atau tingkat signifikan 10%. Apabila dilakukan pengujian reabilitas dengan metode Alpa Cronbach maka nilai  $r_{hitung}$  diwakili oleh nilai Alpa.

### **1) Variabel Kualitas Produk (X1)**

Hasil pengolahan data untuk mengetahui variabel yang diteliti reliabel atau tidak, berikut pengujian reliabilitas pada variabel

Kualitas produk (X1), selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,641	3

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Teknik pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *alpha cronbach* dengan taraf nyata 10%. Jika nilai cronbach's alpha item  $\geq 0,6$  maka reliabel, sedangkan jika nilai cronbach's alpha item  $< 0,6$  maka tidak reliabel.

Hasil tabel Uji Reliabilitas di atas didapatkan nilai *Alpha Cronbach* = 0,641. Karena nilai *alpha cronbach* lebih besar daripada 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel.

## 2) Variabel Harga (X2)

Hasil pengolahan data untuk mengetahui variabel yang diteliti reliabel atau tidak, berikut pengujian reliabilitas pada variabel Harga (X2), selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,647	3

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Teknik pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *alpha cronbach* dengan taraf nyata 10%. Jika nilai cronbach's alpha item  $\geq 0,6$  maka reliabel, sedangkan jika nilai cronbach's alpha item  $< 0,6$  maka tidak reliabel.

Hasil tabel uji reliabilitas di atas didapatkan nilai *Alpha Cronbach* = 0,647. Karena nilai *alpha cronbach* lebih besar daripada 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel.

### 3) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Hasil pengolahan data untuk mengetahui variabel yang diteliti reliabel atau tidak, berikut pengujian reliabilitas pada variabel Keputusan Pembelian (Y), selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,632	3

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Teknik pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *alpha cronbach* dengan taraf nyata 10%. Jika nilai cronbach's alpha item  $\geq 0,6$  maka reliabel, sedangkan jika nilai cronbach's alpha item  $< 0,6$  maka tidak reliabel.

Hasil tabel uji reliabilitas di atas didapatkan nilai *Alpha Cronbach*= 0,632. Karena nilai *alpha cronbach* lebih besar daripada 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel.

### c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kain Tajung Khas Palembang di Kelurahan Silaberanti, maka penulis menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS. Setelah dilakukan penganalisisan dengan bantuan program SPSS, maka didapat hasil sebagai berikut :

**Tabel IV.14**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,680	,501	
	Kualitas Produk (X1)	,384	,128	,290
	Harga (X2)	,216	,093	,225

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan Tabel IV.14 hasil analisis regresi menunjukkan sebagai berikut : Nilai konstanta regresi berganda : 1,680 , nilai regresi variabel kualitas produk (X1) 0,384 , dan nilai koefisien regresi variabel harga (X2) 0,216.

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) tersebut, maka estimasi model persamaan regresi linear berganda adalah:

$$\hat{Y} = 1,680 + 0,384X_1 + 0,216X_2$$

Hasil persamaan regresi linear berganda diatas menunjukkan pengaruh positif, yang berarti bahwa apabila kualitas produk dan harga meningkat maka keputusan pembelian akan ikut meningkat, dan apabila kualitas produk dan harga menurun maka keputusan pembelian juga akan menurun.

#### **d. Uji F (Uji bersama-sama)**

Selanjutnya untuk menguji  $F_{\text{hitung}}$  dan  $F_{\text{tabel}}$ , pada tabel Anova dapat dilihat pengaruh antara variabel dependen dan independen secara keseluruhan (simultan). Setelah dilakukan penganalisisan dengan SPSS, maka di dapat hasil sebagai berikut:

Tabel IV.15

## Hasil Uji F (Uji bersama-sama)

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,707	2	2,854	9,566	,000 <sup>a</sup>
	Residual	28,340	95	,298		
	Total	34,047	97			

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  diperoleh sebesar 9,566 lebih besar dari  $F_{tabel}$  (2,758), hal ini juga diperkuat dengan nilai taraf signifikansi sebesar 0,000 atau signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari  $\alpha = 0,10$ , artinya  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### e. Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu uji untuk mempengaruhi pengaruh harga variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, setelah dilakukan penganalisisan dengan SPSS maka didapat hasil sebagai berikut:

**Tabel IV.16**  
**Hasil Uji t (Uji Parsial)**

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

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,352	,001
	Kualitas Produk (X1)	2,997	,003
	Harga (X2)	2,331	,022

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas dapat diinterpretasikan bahwa :

- Kualitas Produk (X1) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila kualitas produk ditingkatkan, maka keputusan pembelian juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel  $X_1$  sebesar 2,997, sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,661, maka  $t_{hitung} (2,997) > t_{tabel} (1,661)$ . Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,003 ( $0,003 < 0,10$ ), maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada kain tajung di Kelurahan Silaberanti.
- Harga (X2) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila harga ditingkatkan, maka keputusan pembelian juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel  $X_2$  sebesar 2,331, sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,661, maka  $t_{hitung} (2,331) > t_{tabel} (1,661)$ . Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,022 ( $0,022 < 0,10$ ), maka

dapat disimpulkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada kain tajung di Kelurahan Silaberanti.

#### f. Analisis Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh yang dapat ditentukan oleh persamaan regresi yaitu untuk mengetahui seberapa besar variabel yang dapat diterangkan oleh variabel X.

**Tabel IV.17**  
**Hasil Analisis dan Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of
1	,409 <sup>a</sup>	,168	,150	54618

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan tabel di atas dengan melalui program SPSS dapat di intepretasikan sebagai berikut :

- Nilai korelasi (R) diperoleh sebesar = 0,409 yang berarti bahwa hubungan atau tingkat asosiasi variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian adalah sedang dan memiliki arah yang positif.



- Angka *R Square* (nilai koefisien determinasi ( $R^2$ )) sebesar 0,168 memberikan makna bahwa variabel kualitas produk dan harga mampu menjelaskan perubahan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 16,8%, sedangkan sisanya 83,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## 2. Perbandingan Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian Sekarang

Penelitian sekarang yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kain Tajung Khas Palembang di Kelurahan Silaberanti Palembang. Variabel yang digunakan adalah kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Sampel yang digunakan sebanyak 98 responden yang diambil secara *cluster sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dengan pengumpulan data kuisisioner.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian diperoleh bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila kualitas produk ditingkatkan, maka keputusan pembelian juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel  $X_1$  sebesar 2,997, sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,661, maka  $t_{hitung} (2,997) > t_{tabel} (1,661)$ . Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,03 ( $0,003 < 0,10$ ), maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian. Harga ( $X_2$ ) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila harga ditingkatkan, maka keputusan pembelian juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel  $X_2$  sebesar 2,331, sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,661, maka  $t_{hitung} (2,331) > t_{tabel} (1,661)$ , Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,022 ( $0,022 < 0,10$ ), maka dapat disimpulkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Hasil menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara keputusan pembelian dengan kualitas produk (X1) dan harga (X2). Hal ini dibuktikan oleh :

1. Hasil persamaan regresi linear berganda

Kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, jika kualitas produk dan harga kain tajung meningkat maka keputusan pembelian kain tajung juga akan meningkat dan sebaliknya jika kualitas produk dan harga kain tajung menurun maka keputusan pembelian kain tajung juga akan menurun.

2. Uji F (Uji bersama-sama)

Pengujian secara simultan pada tingkat kepercayaan sebesar 90% menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.

3. Uji t (Uji parsial)

Pengujian secara parsial pada tingkat kepercayaan sebesar 90% menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti.

#### 4. Analisis Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R Square)

Nilai korelasi (R) diperoleh sebesar = 0,409 yang berarti bahwa hubungan atau tingkat asosiasi variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian kain tajung khas Palembang di Kelurahan Silaberanti adalah sedang dan memiliki arah yang positif.

Angka *R Square* (nilai koefisien determinasi ( $R^2$ )) sebesar 0,168 memberikan makna bahwa variabel kualitas produk dan harga mampu menjelaskan perubahan terhadap variabel keputusan pembelian pada kain tajung khas Palembang sebesar 16,8%, sedangkan sisanya 83,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas, maka untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Kain Tajung Khas Palembang di Kelurahan Silaberanti, Palembang. Maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Produsen kain tajung harus lebih memperhatikan kualitas produk sehingga para konsumen akan lebih mempercayai dan produsen harus meningkatkan kualitas produk dengan melakukan inovasi terus menerus serta menciptakan desain kain yang inovatif terutama model bentuk dan warna agar konsumen lebih tertarik lagi dengan kain tajung ini.
2. Kualitas kain yang terjamin maka harga juga harus diperhatikan, dengan harga produk yang lebih terjangkau akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen maupun pelanggan sehingga konsumen membeli kain tajung khas Palembang tersebut.

## Daftar Pustaka

- Arwinence Pramadewi (2010) Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tenunan Ikat Dan Kain Songket Dekranasda Rengat. *Pekbis Jurnal 2 (2) Juli 2010: 301-308* (online) ([www.jurnal.kain.tenun.songket.com](http://www.jurnal.kain.tenun.songket.com), diakses 17 April 2014)
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra Dadi Andriana. (2008). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Unit Penerbit Andi
- Husein Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. edisi Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Iqbal Hasan. (2008). *Pokok-pokok Materi Statistik 11, edisi kedua cetakan kelima*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Januar Ida Wibowati. (2010). Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kain songket di Kota Palembang. *Jurnal ilmiah hasil penelitian dan pengabdian 3(1) : 70-82* (online) ([www.jurnal.kain.tenun.songket.com](http://www.jurnal.kain.tenun.songket.com), diakses 17 April 2014)
- Kotler. Philip. (2005). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, edisi 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Keller. (2007). Diterjemahkan oleh Bob Sobran (2009) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono .(2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

## BIODATA

Nama : DEWI AGUSRIANI  
NIM : 212011060  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat /Tanggal Lahir : Prabumulih, 24 Agustus 1993  
Alamat : Jln. Jend. A. Yani. Lorong Masa Jaya, Plaju  
Palembang  
No.Telpon : 085764918180  
Nama Orang Tua  
Ayah : Arlin  
Ibu : Isnarita  
Pekerjaan Orang Tua  
Ayah : Wiraswasta  
Ibu : Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Jln Gotong Royong Karang Raja III No.32  
Prabumulih

Palembang.....

Penulis

Dewi Agusriani

## KUISIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Terima kasih atas kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada didalam kuisisioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun Skripsi yang berjudul PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KAIN TAJUNG KHAS PALEMBANG DIKELURAHAN SILABERANTI. Kuisisioner ini ditujukan untuk konsumen di Kelurahan Silaberanti Palembang.

Diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Hormat saya,

Dewi Agusriani

NIM: 212011060



A. Identitas Responden

Isilah dengan alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pendapat saudara/i, dengan memberikan tanda (√) sesuai dengan jawaban anda.

- 1. Nama : ( ) (boleh tidak diisi)
- 2. Jenis Kelamin : ( ) Pria ( ) Wanita
- 3. Usia : ( ) <30th ( ) 30-49th ( ) >50th
- 4. Pendidikan : ( ) PNS ( ) Swasta ( ) Wiraswasta  
( ) dll
- 5. Penghasilan : ( ) <2.000.000 ( ) 2.000.000-4.000.000  
( ) >4.000.000
- 6. Memiliki kain tajung : ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 (>3)

B. Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia.

Daftar pertanyaan

NO.	Kualitas Produk	SS	S	N	TS	STS
1.	Daya tahan kain tajung bagus					
2.	Warna kain tajung menarik					
3.	Desain kain tajung beranekaragam					

NO.	Harga	SS	S	N	TS	TST
1.	Harga kain tajung relatif mahal					
2.	Harga kain tajung sesuai dengan kualitas kain					
3.	Kain tajung memiliki daya saing harga					

NO.	Keputusan Pembelian	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli kain tajung yang dibuat menjadi berbagai macam pakaian/hiasan					
2.	Saya lebih senang membeli kain tajung di pasar tradisional					
3.	Saya membeli kain tajung lebih dari satu					

Keterangan:

SS : Sangat Setuju      N : Netral      STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju      TS : Tidak Setuju

**REKAP JAWABAN RESPONDEN**

RESP.	Kualitas Produk			Rata-rata	HARGA (X2)			Rata-rata	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)			Rata-rata
	1	2	3		1	2	3		1	2	3	
1	4	5	5	4.67	2	3	3	2.67	3	3	5	3.67
2	4	4	5	4.33	3	5	4	4.00	4	5	4	4.33
3	3	3	3	3.00	2	2	2	2.00	3	2	2	2.33
4	3	3	4	3.33	2	4	2	2.67	4	4	4	4.00
5	3	4	3	3.33	3	2	2	2.33	3	4	3	3.33
6	4	4	4	4.00	3	4	3	3.33	3	4	3	3.33
7	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	5	4	5	4.67
8	4	3	4	3.67	2	3	3	2.67	3	4	3	3.33
9	4	3	3	3.33	3	4	3	3.33	4	3	3	3.33
10	4	5	5	4.67	3	3	4	3.33	5	3	4	4.00
11	3	3	4	3.33	2	3	2	2.33	3	4	4	3.67
12	3	4	3	3.33	2	3	2	2.33	3	3	3	3.00
13	4	3	5	4.00	4	3	5	4.00	4	5	4	4.33
14	3	3	4	3.33	3	4	3	3.33	3	3	3	3.00
15	3	4	4	3.67	2	3	2	2.33	4	5	4	4.33
16	3	4	3	3.33	3	3	2	2.67	3	3	4	3.33
17	4	3	3	3.33	4	4	3	3.67	3	4	3	3.33
18	3	4	4	3.67	3	3	3	3.00	3	4	3	3.33
19	4	4	4	4.00	2	2	2	2.00	2	3	2	2.33
20	4	4	4	4.00	3	3	2	2.67	3	3	3	3.00
21	4	4	4	4.00	3	4	3	3.33	4	3	4	3.67
22	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00
23	2	3	3	2.67	2	3	3	2.67	3	2	4	3.00
24	4	3	3	3.33	3	4	4	3.67	3	3	3	3.00
25	4	4	4	4.00	3	4	4	3.67	4	3	3	3.33
26	4	4	4	4.00	2	2	2	2.00	4	3	4	3.67
27	5	4	4	4.33	3	4	4	3.67	4	4	4	4.00
28	4	4	4	4.00	3	5	4	4.00	4	4	4	4.00
29	4	4	3	3.67	3	5	4	4.00	3	4	3	3.33
30	4	4	4	4.00	3	5	4	4.00	5	4	4	4.33
31	4	4	4	4.00	2	4	4	3.33	4	5	4	4.33
32	4	4	4	4.00	2	4	1	2.33	3	3	3	3.00
33	3	4	4	3.67	3	2	4	3.00	3	4	3	3.33
34	4	3	4	3.67	4	4	4	4.00	3	4	4	3.67
35	3	3	2	2.67	3	4	4	3.67	3	3	3	3.00
36	5	4	4	4.33	4	4	5	4.33	4	4	4	4.00
37	4	4	4	4.00	3	4	2	3.00	4	3	3	3.33
38	3	3	4	3.33	3	3	2	2.67	4	3	4	3.67
39	3	4	4	3.67	2	3	3	2.67	5	5	4	4.67
40	4	3	4	3.67	2	3	2	2.33	4	3	3	3.33
41	4	4	4	4.00	1	4	2	2.33	5	4	4	4.33
42	4	4	4	4.00	2	4	2	2.67	4	4	4	4.00
43	3	4	4	3.67	4	4	4	4.00	4	5	4	4.33
44	4	4	4	4.00	2	4	2	2.67	4	4	4	4.00

RESP.	Kualitas Produk			Rata-rata	HARGA (X2)			Rata-rata	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)			Rata-rata
	1	2	3		1	2	3		1	2	3	
45	3	4	4	3.67	2	4	3	3.00	3	4	3	3.33
46	4	4	4	4.00	3	4	3	3.33	4	4	4	4.00
47	3	4	3	3.33	2	3	3	2.67	3	4	4	3.67
48	4	4	4	4.00	2	3	4	3.00	4	4	4	4.00
49	3	4	3	3.33	3	4	4	3.67	5	5	4	4.67
50	5	4	4	4.33	4	3	4	3.67	4	4	4	4.00
51	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	5	3	5	4.33
52	3	4	4	3.67	2	4	2	2.67	5	3	4	4.00
53	4	3	4	3.67	3	3	3	3.00	3	4	4	3.67
54	4	3	4	3.67	3	4	3	3.33	4	3	4	3.67
55	4	4	4	4.00	4	4	2	3.33	4	4	4	4.00
56	4	3	4	3.67	3	4	3	3.33	4	4	4	4.00
57	4	4	4	4.00	4	3	4	3.67	4	5	4	4.33
58	3	4	4	3.67	2	4	2	2.67	5	4	4	4.33
59	3	4	4	3.67	4	4	4	4.00	4	4	3	3.67
60	4	4	4	4.00	2	4	2	2.67	4	4	4	4.00
61	4	3	4	3.67	3	4	3	3.33	3	4	4	3.67
62	3	3	3	3.00	3	4	4	3.67	3	4	4	3.67
63	4	4	5	4.33	4	4	4	4.00	5	5	5	5.00
64	3	2	3	2.67	3	3	3	3.00	3	4	4	3.67
65	4	4	4	4.00	2	4	2	2.67	3	2	4	3.00
66	3	3	4	3.33	3	4	3	3.33	3	3	3	3.00
67	3	4	3	3.33	4	3	4	3.67	4	5	4	4.33
68	4	4	4	4.00	3	4	3	3.33	5	5	4	4.67
69	4	4	4	4.00	4	3	4	3.67	5	4	4	4.33
70	3	4	3	3.33	4	4	2	3.33	5	4	3	4.00
71	4	4	3	3.67	3	4	3	3.33	4	5	5	4.67
72	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	4	5	4.00
73	4	5	4	4.33	3	4	3	3.33	4	4	3	3.67
74	4	4	4	4.00	4	5	3	4.00	3	3	3	3.00
75	4	3	3	3.33	3	4	2	3.00	4	5	5	4.67
76	3	4	4	3.67	3	4	2	3.00	5	5	4	4.67
77	4	4	5	4.33	2	5	2	3.00	5	5	4	4.67
78	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00	5	4	5	4.67
79	4	3	4	3.67	2	4	2	2.67	4	4	4	4.00
80	3	4	4	3.67	2	3	3	2.67	5	5	5	5.00
81	5	5	5	5.00	4	4	4	4.00	5	4	4	4.33
82	4	4	4	4.00	4	4	3	3.67	4	4	5	4.33
83	4	3	4	3.67	3	4	4	3.67	3	3	3	3.00
84	3	4	4	3.67	1	3	1	1.67	3	4	2	3.00
85	2	3	3	2.67	3	4	4	3.67	3	3	3	3.00
86	3	4	4	3.67	2	4	3	3.00	4	3	4	3.67
87	4	4	3	3.67	2	4	2	2.67	4	4	4	4.00
88	3	3	2	2.67	2	2	1	1.67	3	3	2	2.67
89	4	4	4	4.00	4	5	4	4.33	4	4	4	4.00
90	4	4	3	3.67	3	4	3	3.33	4	5	4	4.33

RESP.	Kualitas Produk			Rata-rata	HARGA (X2)			Rata-rata	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)			Rata-rata
	1	2	3		1	2	3		1	2	3	
91	4	4	3	3.67	3	4	3	3.33	4	4	3	3.67
92	4	4	4	4.00	4	4	2	3.33	4	4	4	4.00
93	3	3	4	3.33	3	3	3	3.00	5	5	5	5.00
94	4	4	4	4.00	2	4	4	3.33	4	4	5	4.33
95	4	4	4	4.00	2	3	2	2.33	3	4	4	3.67
96	4	5	4	4.33	2	3	2	2.33	5	4	4	4.33
97	4	5	5	4.67	4	4	3	3.67	3	4	4	3.67
98	5	4	4	4.33	3	4	3	3.33	4	3	3	3.33



**PEMERINTAH KOTA PALEMBANG**

**KECAMATAN SEBERANG ULU I**

**KELURAHAN SILABERANTI**

Jln. Silaberanti No. 37RT. 28 RW.07 Telp.[0711] 511182 PALEMBANG (30252)

Nomer : 13 /I/SB/2015

Sifat :

Perihal : Surat Keterangan Selesai Riset

Palembang, Febuari 2015

Kepada Yth.

Dekan Universitas

Muhammadiyah Palembang

ub. Kepala Tata Usaha

Bpk.Paryana S.Pd

Di Palembang

Dengan hormat,

Menindak lanjuti surat permohonan Bapak Nomer: 478/H-5/FEB-UMP/I/2015 perihal Mohon Bantuan Data, maka bersamaan ini kami informasikan untuk mahasiswi dengan data sebagai berikut:

Nama : Dewi Agusriani

Nim : 212011060

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa benar mahasiswa tersebut telah selesai melakukan penelitian di Kelurahan Silaberanti, kiranya surat ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.



ASWARI, SH.M.Si

Nip.197212021998031008



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

### KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : DEWI AGUSRIANI	PEMBIMBING
NIM : 21 2011 060	KETUA : Hj. Fitantina, S.E.,M.Si
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN	ANGGOTA :

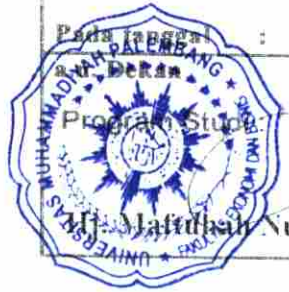
TITEL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kain Tajung Khas Palembang Di Kelurahan Gegeranti

NO.	TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	26/2-15	Bab I			Acc
2		Bab II			
3		Bab III			
4					Responden tajung laki <sup>2</sup> blongsong
5	3/3-15	Bab IV			Responden (Prinsip) belum tp tahu
6					Analisis
7					hasil / koefisien -R, r <sup>2</sup>
8					- kesimpulan
9	5/3-15	Bab V			hitung ulang regresi
10					Mua barang
11					
12	10/3-2015	1-V			Acc (lihat skripsi)
13					masukkan siap net
14	12/3-2015	Siap net			Acc ujian
15					
16					

DATATAN :

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Dikeluarkan di : Palembang  
 Pada tanggal : / /



Hj. Maftulhaq Nurrahmi, S.E.,M.Si

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

AKREDITASI  
INSTITUSI PERGURUAN TINGGI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN (D3)

Nomor : 027/SK/BAN-PT/Akred/PT/1/2014 (B)  
Nomor : 044/SK/BAN-PT/Akred/S/1/2014 (B)  
Nomor : 044/SK/BAN-PT/Ak-XII/S1/1/2011 (B)  
Nomor : 005/BAN-PT/Ak-X/Dpl-III/VI/2010 (B)

umpalembang.net/feump

Email : feumplg@gmail.com

Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263 Telp. (0711) 511433 Faximile (0711) 518018



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Hari/Tanggal : Jumat, 27 Maret 2015  
Waktu : 13.00 -17.00 WIB  
Nama : Dewi Agusriani  
Nim : 212011060  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Skripsi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kain Tajung Khas Palembang Di Kelurahan Silaberanti

TELAH DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING SKRIPSI DAN DIPERKENANKAN UNTUK MENGIKUTI WISUDA

NO.	NAMA DOSEN	JABATAN	TANGGAL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1.	Hj. Fitantina, SE., M.Si	Pembimbing	2 April 2015	
2.	Hj. Kholilah, SE., M.Si	Ketua Penguji	31 Maret 2015	
3.	Hj. Zuhriyah, SE., M.Si	Penguji I	2 April 2015	
4.	Hj. Fitantina, SE., M.Si	Penguji II	2 April 2015	

Palembang, 27 Maret 2015

Mengetahui  
u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si  
NIND : 0216057001/673839



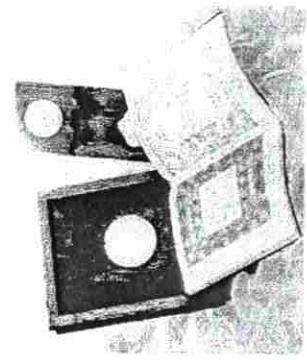
# UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

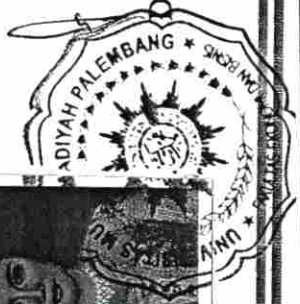
NAMA : DEWI AGUSRIANI  
NIM : 2120111060  
JURUSAN : Manajemen



Yang dinyatakan LULUS Membaca dan Hafalan Al - Qur'an  
di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang  
Dengan Predikat **MEMUASKAN**

Palembang, 02 Maret 2015

an. Dekan  
Wakil Dekan IV



Ors. Antoni, M.H.I.

Unggul dan Islami



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
 LABORATORIUM BAHASA

Jl. Jendral Ahmad Yani 13 Ulu Palembang Telp. (0711) 512637

TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name : Dewi Agusriani  
 Place/Date of Birth : Prabumulih, August 24th, 1993  
 Test Times Taken : +1  
 Test Date : February 17th, 2015

*Scaled Score*

Listening Comprehension : 41  
 Structure Grammar : 41  
 Reading Comprehension : 45  
 OVERALL SCORE : 423

Palembang, March 5th, 2015



NBM/NDN-1164932/0210098402

123 CERTIFICATE

## Variabel Kualitas Produk (X1)

### Uji Validitas

#### Correlations

		P1	P2	P3	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,312**	,401**	,756**
	Sig. (2-tailed)	.	,002	,000	,000
	N	98	98	98	98
P2	Pearson Correlation	,312**	1	,405**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,002	.	,000	,000
	N	98	98	98	98
P3	Pearson Correlation	,401**	,405**	1	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
	N	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	,756**	,741**	,792**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
	N	98	98	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Uji Reliability

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,641	3

### Frequency Table

#### P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	5	5,1	5,1	5,1
	Setuju	60	61,2	61,2	66,3
	Netral	31	31,6	31,6	98,0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**P2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	6	6,1	6,1	6,1
Setuju	65	66,3	66,3	72,4
Netral	26	26,5	26,5	99,0
Tidak Setuju	1	1,0	1,0	100,0
Total	98	100,0	100,0	

**P3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	8	8,2	8,2	8,2
Setuju	67	68,4	68,4	76,5
Netral	21	21,4	21,4	98,0
Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
Total	98	100,0	100,0	

**Variabel Harga (X2)****Uji Validitas****Correlations**

		P1	P2	P3	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,270**	,580**	,816**
	Sig. (2-tailed)	.	,007	,000	,000
	N	98	98	98	98
P2	Pearson Correlation	,270**	1	,268**	,626**
	Sig. (2-tailed)	,007	.	,008	,000
	N	98	98	98	98
P3	Pearson Correlation	,580**	,268**	1	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	.	,000
	N	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	,816**	,626**	,842**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
	N	98	98	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Uji Reliability****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,647	3

## Frequency Table

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	23	23,5	23,5	23,5
Netral	41	41,8	41,8	65,3
Tidak Setuju	32	32,7	32,7	98,0
Sangat Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
Total	98	100,0	100,0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	7	7,1	7,1	7,1
Setuju	57	58,2	58,2	65,3
Netral	28	28,6	28,6	93,9
Tidak Setuju	6	6,1	6,1	100,0
Total	98	100,0	100,0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	2	2,0	2,0	2,0
Setuju	31	31,6	31,6	33,7
Netral	32	32,7	32,7	66,3
Tidak Setuju	30	30,6	30,6	96,9
Sangat Tidak Setuju	3	3,1	3,1	100,0
Total	98	100,0	100,0	

## Variabel Keputusan Pembelian (Y)

### Uji Validitas

#### Correlations

		P1	P2	P3	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,318**	,388**	,754**
	Sig. (2-tailed)	.	,001	,000	,000
	N	98	98	98	98
P2	Pearson Correlation	,318**	1	,394**	,758**
	Sig. (2-tailed)	,001	.	,000	,000
	N	98	98	98	98
P3	Pearson Correlation	,388**	,394**	1	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
	N	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	,754**	,758**	,767**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
	N	98	98	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Uji Reliability

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,632	3

### Frequency Table

#### P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	21	21,4	21,4	21,4
	Setuju	44	44,9	44,9	66,3
	Netral	33	33,7	33,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**P2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	20	20,4	20,4	20,4
	Setuju	50	51,0	51,0	71,4
	Netral	26	26,5	26,5	98,0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**P3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	13	13,3	13,3	13,3
	Setuju	56	57,1	57,1	70,4
	Netral	27	27,6	27,6	98,0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

**Analisis Regresi Berganda**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,680	,501	
	Kualitas Produk (X1)	,384	,128	,290
	Harga (X2)	,216	,093	,225

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

**Uji F (Uji bersama-sama)**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,707	2	2,854	9,566	,000 <sup>a</sup>
	Residual	28,340	95	,298		
	Total	34,047	97			

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### Uji t (Uji Parsial)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,352	,001
	Kualitas Produk (X1)	2,997	,003
	Harga (X2)	2,331	,022

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### Analisis Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,409 <sup>a</sup>	,168	,150	,54618

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)