TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan
Volume 5, No. 1, Tahun 2026
ISSN 3024-8256 (media online)
Hal 138-146

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ikan pada Toko Fishall Aquatic di Bojongsari

Muhammad Paqi[1], Jaenudin[2*]

[1,2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
Email: [1]muhammadpaqi34@gmail.com, [2*]dosen00458@unpam.ac.id
(* : coressponding author)

Abstrak−Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ikan pada Toko Fishall Aquatic di Bojongsari, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 554 konsumen, dengan sampel sebanyak 85 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan observasi. Teknik analisis data menggunakan bantuan program SPSS versi 24, meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 4,696 dan signifikansi 0,000. Harga juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 6,438 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai F hitung sebesar 56,618 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, kualitas produk dan harga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan pada Toko Fishall Aquatic di Bojongsari.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract−*his research aims to find out the influence of product quality and price on the decision to buy fish at the Fishall Aquatic Store in Bojongsari, both partially and simultaneously. This research uses a quantitative method with an associative research type. The population in this study is 554 consumers, with a sample of 85 respondents determined using the Slovin formula. Data collection is carried out through the distribution of questionnaires and observations. Data analysis techniques using the help of the SPSS program version 24, including instrument test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient, determination coefficient, and hypothesis testing through t test and F test. The research results show that the quality of the product has a significant effect on purchasing decisions with a calculated t value of 4,696 and a significance of 0,000. Price also has a significant effect on the purchase decision with a calculated t value of 6,438 and a significance of 0,000. Simultaneously, product quality and price have a significant effect on purchasing decisions, with a calculated F value of 56,618 and a significance of 0.000. Thus, product quality and price are factors that affect the decision to buy fish at the Fishall Aquatic Store in Bojongsari*

Keywords: *Product Quality, Price, Purchase Decision*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha saat ini mendorong setiap pelaku bisnis untuk mampu mempertahankan dan meningkatkan daya saing melalui strategi pemasaran yang tepat. Persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar produk yang ditawarkan dapat diterima oleh pasar. Dalam kegiatan pemasaran, keputusan pembelian konsumen menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas produk dan harga yang ditawarkan kepada konsumen.

Salah satu bidang usaha yang mengalami perkembangan adalah bisnis ikan hias. Meningkatnya minat masyarakat terhadap hobi memelihara ikan hias membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui penyediaan berbagai jenis ikan. Namun, tingginya persaingan mengharuskan setiap toko ikan hias memperhatikan kualitas produk serta penetapan harga agar mampu menarik minat konsumen dan mempertahankan pelanggan.

Toko Fishall Aquatic merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan ikan hias dan berlokasi di Bojongsari. Usaha ini didirikan pada tahun 2019 dan menjalankan kegiatan penjualan melalui toko offline maupun platform e-commerce. Dalam menjalankan usahanya, Fishall

TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan
Volume 5, No. 1, Tahun 2026
ISSN 3024-8256 (media online)
Hal 138-146

Aquatic menghadapi persaingan dengan toko ikan hias lainnya yang menawarkan berbagai jenis produk dengan kualitas dan harga yang beragam. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian.

Permasalahan keputusan pembelian pada Toko Fishall Aquatic terlihat dari belum optimalnya pencapaian target penjualan selama periode 2022–2024. Data penjualan menunjukkan adanya penurunan jumlah ikan yang terjual, yaitu dari 683 ekor pada tahun 2022 menjadi 621 ekor pada tahun 2023, kemudian kembali menurun menjadi 554 ekor pada tahun 2024. Penurunan tersebut menunjukkan bahwa pencapaian penjualan belum sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Kondisi ini mengindikasikan perlunya evaluasi terhadap faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk menjadi pertimbangan penting bagi konsumen sebelum melakukan pembelian, karena konsumen mengharapkan produk yang diterima sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Pada Toko Fishall Aquatic, masih ditemukan beberapa permasalahan terkait kualitas ikan yang ditawarkan, seperti kondisi ikan yang terlihat kurang aktif, warna ikan yang pucat, serta daya tahan ikan yang belum optimal setelah dibeli. Selain itu, sebagian kondisi akuarium masih terlihat keruh dan berlumut. Hasil survei awal juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan kualitas produk dan daya tahan ikan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan. Hal tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kualitas produk yang diharapkan konsumen dengan kondisi produk yang diterima.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk sebelum menentukan pilihan pembelian. Berdasarkan perbandingan harga dengan salah satu kompetitor, yaitu Alil.Farm, beberapa jenis ikan yang dijual oleh Fishall Aquatic memiliki harga lebih tinggi. Sebagai contoh, ikan Koi Platinum ditawarkan dengan harga Rp80.000, sedangkan pada kompetitor dijual seharga Rp75.000. Perbedaan harga tersebut dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih tempat pembelian. Hasil survei awal juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai keterjangkauan harga, kemudahan pembayaran, serta kesesuaian harga dengan manfaat dan kualitas produk masih perlu ditingkatkan.

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa kualitas produk dan harga merupakan dua aspek yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Kualitas ikan yang belum sepenuhnya memenuhi harapan serta harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan kompetitor dapat memengaruhi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Apabila kondisi tersebut tidak mendapatkan perhatian, maka konsumen berpotensi beralih kepada toko lain yang dianggap mampu memberikan produk dengan kualitas dan harga yang lebih sesuai.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian berbentuk angka yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ikan pada Toko Fishall Aquatic di Bojongsari, baik secara parsial maupun simultan.

2.2 Populasi, Sampel dan Sumber Data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Fishall Aquatic di Bojongsari berdasarkan data realisasi penjualan tahun 2024, yaitu sebanyak 554 konsumen. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 85 responden.

Pengambilan responden dalam penelitian dilakukan dengan teknik accidental sampling, yaitu konsumen yang ditemui secara langsung dan memenuhi kriteria sebagai responden serta bersedia mengisi kuesioner.

TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan
Volume 5, No. 1, Tahun 2026
ISSN 3024-8256 (media online)
Hal 138-146

Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen serta observasi langsung pada Toko Fishall Aquatic di Bojongsari. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, studi kepustakaan, data historis perusahaan, dan informasi lain yang mendukung penelitian.

2.3 Teknik Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan bantuan program SPSS versi 24. Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui kelayakan instrumen penelitian. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana dan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel maupun pengaruh secara bersama-sama. Selain itu, digunakan analisis koefisien korelasi dan koefisien determinasi untuk mengetahui tingkat hubungan serta besarnya kontribusi variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini melibatkan 85 responden untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas porduk, harga dan keputusan pembelian pada toko fishall aquatic di bojongsari. Hasil analisis deskriptif dari ketiga variabel penelitian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

No	Variabel	Rata-Rata Skor
1	Kualitas Produk (X1)	3,17
2	Harga (X2)	3,36
3	Keputusan Pembelian	3,20

Sumber: Data diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel diatas, variabel Kualitas Produk memperoleh rata-rata skor sebesar 3,17, Harga sebesar 3,36, dan Keputusan Pembelian sebesar 3,20. Berdasarkan rentang skala penelitian, ketiga variabel tersebut termasuk dalam kategori kurang baik. Selanjutnya, hasil pengukuran menunjukkan beberapa pernyataan dengan skor terendah pada masing-masing variabel sebagaimana disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 2 Pernyataan Dengan Skor Terendah Pada Setiap Variabel

No	Variabel	Pernyataan	Skor
1	Kualitas Produk	Kualitas ikan sesuai dengan keinginan pembeli	2,49
2	Harga	Harga sesuai dengan kualitas produk	2,69
3	Keputusan Pembelian	Pembeli ikan di toko Fishall Aquatic Bojongsari dapat digunakan untuk berbagai macam keperluan	2,78

Sumber: Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel diatas, skor terendah pada variabel Kualitas Produk terdapat pada pernyataan mengenai kesesuaian kualitas ikan dengan keinginan pembeli, yaitu sebesar 2,49. Pada variabel Harga, skor terendah terdapat pada pernyataan mengenai kesesuaian harga dengan kualitas produk sebesar 2,69. Sementara itu, pada variabel Keputusan Pembelian, skor terendah terdapat pada pernyataan mengenai penggunaan ikan untuk berbagai macam keperluan sebesar 2,78. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aspek-aspek tersebut masih perlu diperhatikan oleh pihak toko.

TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan
Volume 5, No. 1, Tahun 2026
ISSN 3024-8256 (media online)
Hal 138-146

3.2 Uji Instrumen Penelitian

3.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel}. Berdasarkan jumlah responden sebanyak 85 orang dan derajat kebebasan (df) sebesar 83, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,213. Pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel}.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Instrumen

Pernyataan	Kualitas Produk (X1)	Harga (X2)	Kepuasan Pembeli (Y)
1	0.529	0.845	0.729
2	0.694	0.852	0.671
3	0.603	0.922	0.835
4	0.863	0.875	0.720
5	0.328	0.885	0.727
6	0.394	0.914	0.841
7	0.509	0.882	0.805
8	0.858	0.917	0.735
9	0.797	0.618	0.735
10	0.845	0.578	0.706
11	0.931	-	-
12	0.722	-	-
Rtabel	0.213	0.213	0.213
Keterangan	**Valid**	**Valid**	**Valid**

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 24, 2025.

Berdasarkan Tabel diatas, seluruh butir pernyataan pada variabel Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} sebesar 0,213. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Koefisien Croncbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0,857	> 0,60	Reliabel
2	Harga (X2)	0,951	> 0,60	Reliabel
3	Keputusan Pembelian(Y)	0,899	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data olahan SPSS 24, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Kualitas Produk memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,857, variabel Harga sebesar 0,951, dan variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,899. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan
Volume 5, No. 1, Tahun 2026
ISSN 3024-8256 (media online)
Hal 138-146

3.3 Uji Asumsi Klasik

3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov dan grafik Normal P-P Plot.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

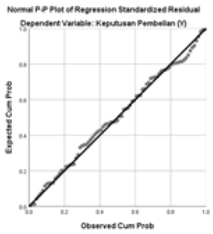
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.92891057
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	.046
Test Statistic		**.057**
Asymp. Sig. (2-tailed)		**.200[c,d]**

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Olahan SPSS 24, 2025

Gambar 1 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.



Sumber: Hasil Olahan SPSS 24, 2025

Gambar 2 Hasil uji Normalitas (P-Plot)

Berdasarkan grafik Normal P-P Plot, titik-titik menyebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	**VIF**
1	(Constant)	14.805	2.529		5.854	.000		
	Kualitas Produk (X1)	.356	.076	.376	4.696	.000	.800	**1.251**
	Harga (X2)	.368	.057	.515	6.438	.000	.800	**1.251**

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan SPSS 24, 2025

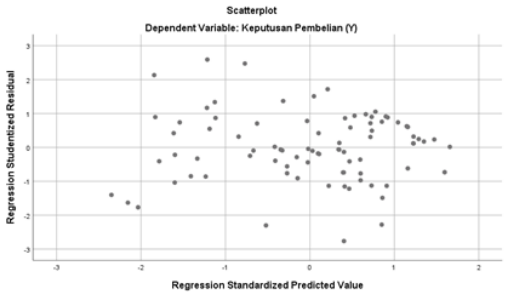
Gambar 3 Hasil Uji Multikolinearitas

TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan
Volume 5, No. 1, Tahun 2026
ISSN 3024-8256 (media online)
Hal 138-146

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Kualitas Produk dan Harga masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,800 dan VIF sebesar 1,251. Nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat pola penyebaran titik-titik pada grafik Scatterplot.



Sumber: Hasil Olahan SPSS 24, 2025

Gambar 4 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik Scatterplot, titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

3.4 Analisis Regresi Linier

3.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independen dan dependen.

a. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	21.118	2.843		7.429	.000
	Kualitas Produk (X1)	.574	.083	.606	6.948	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan SPSS 24, 2025

Gambar 5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y

Persamaan regresi yang diperoleh adalah Y = 21,118 + 0,574X1. Koefisien 0,574 menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

b. Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	22.265	2.203		10.106	.000
	Harga (X2)	.488	.057	.683	8.529	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data olahan SPSS 24, 2025

Gambar 6 Hasil Analisis Regresi Sederhana X2 terhadap Y

TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan
Volume 5, No. 1, Tahun 2026
ISSN 3024-8256 (media online)
Hal 138-146

Persamaan regresi yang diperoleh adalah Y = 22,265 + 0,488X2. Koefisien 0,488 menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

3.4.2 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.805	2.529		5.854	.000
	Kualitas Produk (X1)	.356	.076	.376	4.696	.000
	Harga (X2)	.368	.057	.515	6.438	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan SPSS 24, 2025

Gambar 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi yang diperoleh adalah Y = 14,805 + 0,356X1 + 0,368X2. Kedua variabel memiliki koefisien positif terhadap Keputusan Pembelian.

3.5 Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 5 Uji Koefisien Korelasi

Hubungan Variabel	Koefisien Korelasi
Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,606
Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,683
Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,762

Sumber: Hasil Olahan SPSS 24, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian, nilai korelasi Kualitas Produk sebesar 0,606, Harga sebesar 0,683, dan secara bersama-sama sebesar 0,762. Seluruh nilai tersebut menunjukkan hubungan yang kuat dengan Keputusan Pembelian.

3.6 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 6 uji Koefisien Determinasi

Hubungan Variabel	**R Square**	**Kontribusi**
Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,368	36,8%
Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,467	46,7%
Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,580	58%

Sumber: Hasil Olahan SPSS 24, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian, nilai R Square sebesar 0,580 menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 58% terhadap Keputusan Pembelian. Sementara itu, sebesar 42% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan
Volume 5, No. 1, Tahun 2026
ISSN 3024-8256 (media online)
Hal 138-146

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji Parsial (t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.805	2.529		5.854	.000
	Kualitas Produk (X1)	.356	.076	.376	**4.696**	.000
	Harga (X2)	.368	.057	.515	**6.438**	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data olahan SPSS 24, 2025

Gambar 8 Uji Parsial (t)

Berdasarkan hasil pengujian, Kualitas Produk dan Harga masing-masing memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel serta nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

3.7.2 Uji Simultan (F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2818.067	2	1409.034	**56.618**	.000[b]
	Residual	2040.709	82	24.887		
	Total	4858.776	84			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber: Data Olahan SPSS 24, 2025.

Gambar 9 Uji Simultan (F)

Berdasarkan hasil pengujian, nilai F hitung sebesar 56,618 lebih besar dari F tabel sebesar 2,72, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ikan pada Toko Fishall Aquatic di Bojongsari, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

a. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial melalui uji t, variabel Kualitas Produk (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,696 lebih besar dari t tabel sebesar 1,988, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
b. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial melalui uji t, variabel Harga (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 6,438 lebih besar dari t tabel sebesar 1,988, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
c. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan melalui uji F, variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) memperoleh nilai F hitung sebesar 56,618 lebih besar dari F tabel sebesar 2,72, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan
Volume 5, No. 1, Tahun 2026
ISSN 3024-8256 (media online)
Hal 138-146

REFERENCES

Alma, B. (2020). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Alfabeta.

Andriani, M., & Jaenudin, J. (2024). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen PT Hada Stamp Asia Cabang Emporium Pluit Mall Jakarta Utara. Prosiding Seminar Nasional Manajemen, 3(2), 23126–23135.

Arianto, N. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pipa PVC pada PT LJM. Jurnal Ilmiah PERKUSI, 2(3), 453–460.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). Marketing management. Pearson Education.

Miona, A. D., & Furyanah, A. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Aceng Production. Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, 1(3), 931–944.

Putri, I. P., & Wulansari, R. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan. Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA), 2(1), 1–10.

Selang, C. A. D. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. Jurnal EMBA, 1(3).

Swastha, B., Sunarwan, U., & Maria, M. (2019). Materi pokok manajemen pemasaran (Edisi 2). Universitas Terbuka.

Tjiptono, F. (2019). Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian. Andi Publisher.

Yuniarto, N. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Giant Fried Chicken Citra Raya Tangerang. Universitas Pamulang.