

PENGARUH HARGA, PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PT KEDAUNG MEDAN INDUSTRIAL

Demak Claudia Yosephine Simanjuntak¹, Faldy², Jefri³

Universitas Prima Indonesia, Medan^{1,2,3}

Email : claudiayoseph8@gmail.com¹; Jefrijir15@gmail.com²; fryxz18@gmail.com³

ABSTRACT

This research was conducted at PT Kedaung Medan Industrial which is engaged in the production of household appliances such as glass, plates and so on. Decrease in purchasing decisions caused by price, sales promotion and product quality. Quantitative approach, the type of research is descriptive quantitative, and the nature of this research is descriptive explanatory. The method of data collection is done by interviews, questionnaires, and documentation. Data analysis method used is multiple regression. The population is 186 customers PT Kedaung Medan Industrial and sample is 110 customers. The calculation result of hypothesis testing partially obtained $t_{count} > t_{table}$ or $2.908 > 1.983$ and significant obtained $0.004 < 0.05$, $t_{count} > t_{table}$ or $2.789 > 1.983$ and significant obtained $0.006 < 0.05$, $t_{count} > t_{table}$ or $2.071 > 1.983$ and significantly obtained $0.041 < 0.05$, means that partially Price, Sales Promotion and Product Quality has a influence on the Purchasing Decision of PT Kedaung Medan Industrial. The results obtained calculated F_{count} (11,479) $> F_{table}$ (2.69) and a significance probability of $0,000 < 0.05$, meaning that simultaneously Price, Sales Promotion and Product Quality has a positive and significant effect on the Purchasing Decision of PT Kedaung Medan Industrial. The coefficient of determination of 22.4% of the variation of the dependent variable is the purchase decision that can be explained by variations in the free variable price, sales promotion and product quality while the remaining 77.60% is explained by other variable.

Keywords: Price, Sales Promotion, Product Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Pada perusahaan PT Kedaung Medan Industrial ini terjadi penurunan keputusan pembelian terhadap produk gelas, piring dan mangkok. Penurunan keputusan pembelian ini terlihat dari tidak tercapainya target perusahaan tahun 2018. Realisasi terendah terjadi pada bulan Agustus sebesar Rp 3.252.141.190 atau 65,04%. dikarenakan jumlah produk yang tidak tersedia sehingga belum dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan, bentuk produk yang tidak mengikuti pasaran.

Penetapan harga produk PT Kedaung Medan Industrial yang lebih mahal di bandingkan dengan penetapan lainnya yang merupakan pesaing terkuat dalam produk *glass*. Sedangkan produk saingan mempunyai kualitas yang hampir sama sehingga para

pelanggan beralih ke produk *glass* dari perusahaan lainnya, pemberian potongan harga yang mempunyai syarat pembelian cukup tinggi yang sering dikeluhkan oleh pelanggan dan strategi pembayaran yang berubah menjadi 10 hari dari tanggal tanda terima. PT Kedaung Medan Industrial lebih mempunyai warna yang lebih bervariasi sehingga menjadi suatu kelebihan dalam menetapkan harga yang lebih tinggi dari para pesaingnya.

Menurunya kegiatan promosi penjualan PT Kedaung Medan Industrial seperti penurunan besarnya diskon, pemberian hadiah yang kurang menarik untuk para pelanggan yang mencapai target pembelian. Beberapa usaha promosi penjualan yang dilakukan perusahaan PT Kedaung Medan Industrial berupa pemberian potongan harga, hadiah, sampel untuk mendorong pelanggan tetap melakukan pembelian. Beberapa hal ini mengakibatkan rendahnya keputusan pembelian pada perusahaan ini.

Kualitas produk PT Kedaung Medan Industrial yang menurun mengakibatkan tingkat retur yang tinggi. Jumlah retur produk PT Kedaung Medan Industrial yang terjadi pada bulan Desember 2018 adalah yang terbanyak yaitu tujuh dan yang terendah terjadi pada bulan April sebanyak satu. Alasan retur produk yang dilakukan oleh pelanggan berupa daya tahan kurang baik sehingga seringkali saat pelanggan menerima dalam keadaan pecah, kurang konsisten dalam produk seringkali cacat produk, daya tahan kurang baik sering apabila lama gelas tidak bening lagi dan ketidaktepatan produk untuk tutuknya terkadang kelebihan dan kekecila

Melihat pentingnya keputusan pembelian bagi perusahaan, maka peneliti memilih **“Pengaruh Harga, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Tentang Harga

Malau (2017 : 126), “harga adalah pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi.”

Menurut Kotler dan Keller (2015 : 74), beberapa pengukuran teknik penetapan harga :

1. Penetapan harga khusus
2. Rabat tunai
3. Jangka waktu pembayaran yang lebih panjang

4. Jaminan dan kontrak jasa
5. Diskon psikologis

ITeori Tentang Promosi Penjualan

Fajar (2017 : 147), “promosi penjualan adalah kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta rutin.”

Herdiana (2015 : 179), alat promosi penjualan adalah sebagai berikut :

1. Sampel contoh
2. Kemasan harga khusus atau paket harga
3. Premi
4. Promosi dagang
5. Undian

Teori Tentang Kualitas Produk

Rachman (2010 : 147), “mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya.”

Sopiah dan Sangadji (2013 : 188), tujuh indikator dasar dari kualitas produk adalah:

1. Kinerja
2. Reliabilitas
3. Daya tahan
4. Ketepatan waktu dan kenyamanan
5. Estetik

Teori Tentang Keputusan Pembelian

Limakrisna dan Susilo (2013 : 332), pengambilan keputusan konsumen meliputi semua proses yang dilalui konsumen untuk mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif dan memilih di antara pilihan-pilihan.

Malau (2016 : 233), indikator keputusan pembelian adalah :

1. Perilaku pembelian kompleks
2. Perilaku pembelian mengurangi ketidakcocokan
3. Perilaku pembelian karena kebiasaan
4. Perilaku pembelian mencari variasi

METODE PENELITIAN

PT. Kedaung Medan Industrial berlokasi jalan Raya Medan 18,5 Tanjung Morawa. Populasi sebanyak 186 pelanggan. Jumlah sampel sebanyak 110 pelanggan dan 30 pelanggan untuk pengujian validitas dan reliabilitas yang diambil dari populasi yang tidak dijadikan sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Dalam penelitian ini, pengumpulan data terkait permasalahan yang diteliti oleh peneliti dilakukan dengan cara kuesioner di bagikan kepada responden atau pelanggan perusahaan. Wawancara dilakukan kepada beberapa pelanggan perusahaan pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang masalah-masalah yang terjadi di dalam perusahaan. Peneliti menggunakan metode ini untuk mencari informasi tentang profil perusahaan, data pelanggan, dan juga teori-teori yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian.

Pengujian Validitas

Surjaweni (2014:192), “uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi (*2-tailed*) sebesar 5% (0,05) dan $df = n-2$ ($30-2=28$) yaitu sebesar 0,361, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.”

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kevalidan suatu instrumen penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W., 2017:95).

Pengujian Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2014:192) “uji reliabilitas (kehandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Kuesioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan *alpha cronbach*. Kuesioner reliabel jika *alpha cronbach* $> 0,60$ dan tidak reliabel jika sama dengan atau di bawah 0,60.”

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas menunjukkan membentuk parabola dan tidak melenceng ke kiri dan ke kanan. Gambar normal PP plot menjelaskan bahwa penyebaran data mengikuti garis lurus berarti data berdistribusi normal. Asymp. sig (2tailed) sebesar $0,166 > 0,05$ bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas grafik menunjukkan titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas baik diatas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Nilai signifikan dari variabel bebas harga sebesar $0,280 > 0,05$, variabel bebas promosi penjualan sebesar $0,422 > 0,05$ dan variabel bebas kualitas produk sebesar $0,709 > 0,05$ bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Data Penelitian

Model Penelitian

$$Y = 5,732 + 0,236 X_1 + 0,219 X_2 + 0,220 X_3 + e$$

Penjelasan regresi linier berganda diatas adalah :

1. Apabila harga PT Kedaung Medan Industrial, promosi penjualan PT Kedaung Medan Industrial dan kualitas produk PT Kedaung Medan Industrial tidak mengalami peningkatan sebesar 5,732 satuan.
2. Peningkatan harga PT Kedaung Medan Industrial sebesar 0,236 maka meningkatkan keputusan pembelian PT Kedaung Medan Industrial sebesar 0,236 satuan.
3. Peningkatan promosi penjualan PT Kedaung Medan Industrial sebesar 0,219 keputusan pembelian PT Kedaung Medan Industrial sebesar 0,219.

4. Peningkatan kualitas produk PT Kedaung Medan Industrial sebesar 0,220 maka keputusan pembelian PT Kedaung Medan Industrial dan sebesar 0,220 satuan .

Koefisien Determinasi Hipotesis

Hasil uji koefisien determinasi 22,4% dari variasi keputusan pembelian PT Kedaung Medan Industrial yang dijelaskan oleh harga, promosi penjualan dan kualitas produk sedangkan sisanya sebesar 77,60% variabel lain, seperti kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, diferensiasi produk dan sebagainya.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} (11,479) > F_{tabel} (2,69)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa secara simultan Harga, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Nilai t_{tabel} untuk probabilitas 0,05 pada derajat bebas (df) = $110-4=106$ adalah sebesar 1,983. Pengujian hipotesis secara parsial adalah

Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,908 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,004 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima H_o ditolak yaitu secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial.

Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,789 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,006 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima H_o ditolak yaitu secara parsial Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial.

Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,071 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,041 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima H_o ditolak yaitu secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial. Penetapan harga produk PT Kedaung Medan Industrial

yang lebih mahal di bandingkan dengan penetapan lainnya yang merupakan pesaing terkuat dalam produk *glass*. Sedangkan produk saingan mempunyai kualitas yang hampir sama sehingga para pelanggan beralih ke produk *glass* dari perusahaan lainnya, pemberian potongan harga yang mempunyai syarat pembelian cukup tinggi yang sering dikeluhkan oleh pelanggan dan strategi pembayaran yang berubah menjadi 10 hari dari tanggal tanda terima. PT Kedaung Medan Industrial lebih mempunyai warna yang lebih bervariasi sehingga menjadi suatu kelebihan yang menyebabkan perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi dari para pesaingnya.

Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial

Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Carissa dan Tiarawati (2015) bahwa Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Menurut Tjiptono (2015 : 229), melalui promosi penjualan, perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi keputusan pembelian untuk mencoba produk pesaing.

Menurutnya kegiatan promosi penjualan PT Kedaung Medan Industrial seperti penurunan besarnya diskon, pemberian hadiah yang kurang menarik untuk para pelanggan yang mencapai target pembelian. Beberapa usaha promosi penjualan yang dilakukan perusahaan PT Kedaung Medan Industrial berupa pemberian potongan harga, hadiah, sampel untuk mendorong pelanggan tetap melakukan pembelian. Beberapa hal ini mengakibatkan rendahnya keputusan pembelian pada perusahaan ini. Terjadinya penurunan promosi penjualan yang dilakukan untuk pelanggan. Di mana adanya kenaikan target pembelian untuk mendapatkan potongan harga dan hadiah yang diberikan kurang menarik dan pemberian sampel yang tidak merata. Tetapi banyak pelanggan beranggapan bahwa kurang menariknya kegiatan promosi penjualan yang dilakukan perusahaan PT Kedaung Medan Industrial dikarenakan adanya penurunan-penurunan terhadap persentase kegiatan promosi penjualan yang dilaksanakan untuk pembelian dengan syarat.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial

Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,071 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,041 < 0,05$, berarti bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial. Kualitas produk PT Kedaung Medan Industrial yang menurun mengakibatkan tingkat retur yang tinggi. Beberapa alasan retur produk PT Kedaung Medan Industrial adalah masalah kecacatan, warna yang tidak rapi, retak dan sebagainya. Hal ini memicu kekecewaan pelanggan perusahaan PT Kedaung Medan Industrial. Alasan retur produk yang dilakukan oleh pelanggan berupa daya tahan kurang baik sehingga seringkali saat pelanggan menerima dalam keadaan pecah, kurang konsisten dalam produk seringkali cacat produk, daya tahan kurang baik sering apabila lama gelas tidak bening lagi dan ketidaktepatan produk untuk tutupnya terkadang kelebihan dan kekecilan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan bahwa dapat disimpulkan penelitian yaitu :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial.
2. Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial.
3. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial.
4. Harga, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial.

Saran

Berdasarkan permasalahan yang di bahas sebelumnya adapun saran yang diberikan dalam rangka meningkatkan Keputusan Pembelian PT Kedaung Medan Industrial adalah :

1. Untuk pihak perusahaan PT Kedaung Medan Industrial.

- Dengan penetapan harga yang lebih bersaing, meningkatkan promosi penjualan berupa tawaran hadiah dan diskon serta perbaikan kualitas yang lebih konsisten.
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia
Disarankan agar dapat mempublikasikan hasil penelitian ini yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.
 3. Bagi peneliti-peneliti berikutnya
Disarankan untuk menambah variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Herdiana, Nana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 1(2), 80-103. <https://doi.org/10.31955/mea.vol1.iss2.pp80-103>.
- Carissa dan Tiarawati. 2016. Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Yamaha Vega. *Jurnal*.
- Danti. 2013. Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Oli Pelumas PT Pertamina (Persero) Fastron di Makasar. *Jurnal*.
- Dewi. 2017. Pengaruh kualitas pelayanan, Harga, Promosi dan Ditsribusi terhadap Keputusan Pembelian Pada Dewi Hijab. *Jurnal*.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 13, Pearson Education, inc.
- Kurniawan, Robert dan Yuniarto Budi. 2016. *Analisis Regresi Dasar dan Penerapan dengan R*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Laksana, Fajar. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Limakrisna, Nandan, Susilo. 2013. *Manajemen Pemasran teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Rachman, Taufiq. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Medan : Perdana Publishing.
- Sangadji, Mamang dan Etta Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*

Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta : Andi Offset

Setiawan. 2015. Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Suplemen Kesehatan K-Omega Squa (Studi kasus pada Stokis PT K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang). *Jurnal*.

Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kue. dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service.

_____. 2014. *Teori untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service.

Surjaweni, Wiratna V. 2014. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.

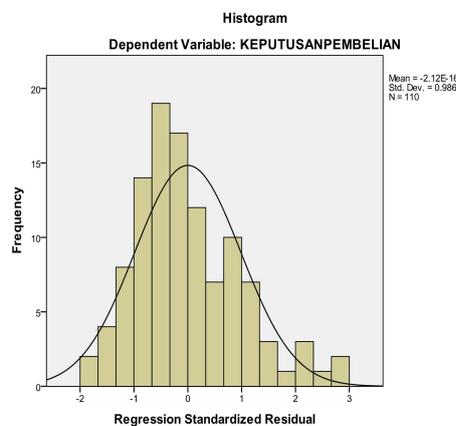
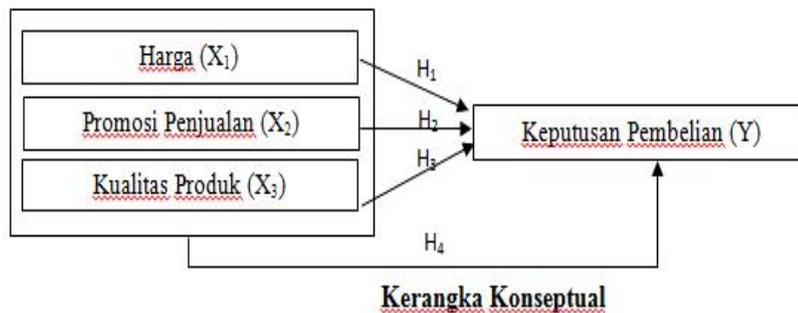
Suryabrata.2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.

Tjiptono, Fandy. 2015, *Pemasaran Strategi*, Andi. Offset, Yogyakarta

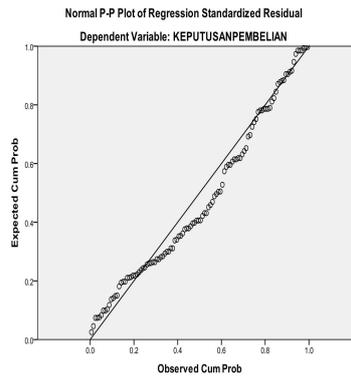
Umar. 2010. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Zulganef. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

GAMBAR DAN TABEL



Gambar III.1 Histogram



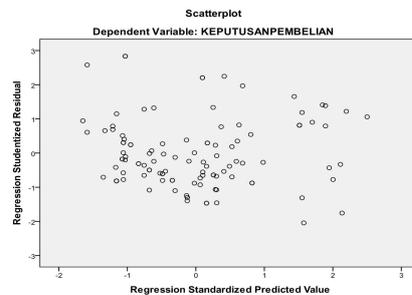
Gambar III.2 P-P Plot

Tabel 1 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	10.17354834
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.106
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		1.115
Asymp. Sig. (2-tailed)		.166

Tabel2 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
HARGA	.901	1.110
PROMOSIPENJUALAN	.898	1.113
KUALITASPRODUK	.869	1.151



Gambar III.3 Scatterplot

Sumber : Data Pengolahan SPSS Versi 20, 2020

Tabel 3. Uji Gletjer

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.772	2.052		2.325	.022
Harga	.052	.048	.110	1.086	.280
PromosiPenjualan	.038	.047	.081	.806	.422
KualitasProduk	.024	.063	.038	.375	.709

a. Dependent Variable: ABSUT

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.732	3.454		1.660	.100
HARGA	.236	.081	.259	2.908	.004
PROMOSIPENJUALAN	.219	.079	.248	2.789	.006
KUALITASPRODUK	.220	.106	.188	2.071	.041

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.495 ^a	.245	.224	10.31651

a. Predictors: (Constant), KualitasProduk, Harga, PromosiPenjualan

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Tabel 6. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3665.300	3	1221.767	11.479	.000 ^a
	Residual	11281.618	106	106.430		
	Total	14946.918	109			

a. Predictors: (Constant), KualitasProduk, Harga, PromosiPenjualan

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

**Tabel 7. Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.732	3.454		1.660	.100
Harga	.236	.081	.259	2.908	.004
PromosiPenjualan	.219	.079	.248	2.789	.006
KualitasProduk	.220	.106	.188	2.071	.041

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian