



Jasiora : Vol 3 No 4 Juni 2020

JASIORA

Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora
(<http://jurnal.stiasetihsetio.ac.id/index.php/admgr/index>)



Pengaruh Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pensil 2b Faber Castell

Yasmir ¹, Syahrul Arif ²

¹STIA Setih Setio Muara Bungo, E-mail: yasmir.ok1981@gmail.com

²STIA Setih Setio Muara Bungo, E-mail: iipbaru738@gmail.com

Info Artikel

Masuk: 28 April 2020

Diterima: 26 Mei 2020

Terbit: 15 Juni 2020

Keywords:

Quality, Purchase Decision

Kata kunci:

Kualitas, Keputusan Pembelian

Corresponding Author:

Yasmir, E-mail:

yasmir.ok1981@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the extent to which Quality influences the Purchase Decision of 2B Faber Castell Pencil Products in the Muara Bungo Trade Business.

The research method used was a quantitative approach from primary and secondary data. In determining the number of samples the researcher used the Slovin formula, which was 54 respondents. The sampling technique uses the Accidental Sampling technique, which is a technique of determining samples based on spontaneity or determination of samples based on coincidences, ie anyone who accidentally meets a researcher can be used as a sample, if it is deemed that the person who happened to be found is suitable as a source of data or respondents. used is simple regression with SPSS version 16 software.

The results showed that the Quality variable had a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Statistical test results obtained a constant value of 0.6435, a regression coefficient of 0.679, a significant value of $0,000 \leq 0,05$, it can be concluded that the quality variable (X) has a contribution of 46.1% to the formation of the Purchase Decision variable and the remaining 53.9% is influenced by variables outside the study that were not included in this study with an R Square value of 0.461, Suggestions for the Harapan Baru Muara Bungo Trading Business to know more knowledge information about Faber Castell 2B pencils besides that as a benchmark in selling 2B pencils and for further researchers it is expected can examine with other variables outside of this variable in order to obtain more varied results.

Keywords: Quality, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Kualitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Pensil 2B *Faber Castell* pada Usaha Dagang Muara Bungo.

Metode penelitian yang digunakan dengan pendekatan kuantitatif dari data primer dan data sekunder. Dalam penentuan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin,

DOI : 10.5281/zenodo.3892284

yaitu 54 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan tehknik *Accidental Sampling* yaitu tehknik penentuan sampel berdasarkan spontanitas atau penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data atau responden. Tehknik analisis yang digunakan adalah regresi sederhana dengan software SPSS versi 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji statistik dapat di nilai konstanta 0,6435, nilai koefisien regresi 0,679, nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas (X) memiliki kontribusi sebesar 46,1% terhadap pembentukan variabel Keputusan Pembelian dan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini dengan nilai *R Square* sebesar 0,461, Saran agar Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo lebih mengetahui informasi pengetahuan seputar pensil 2B *Faber Castell* selain itu sebagai tolak ukur dalam melakukan penjualan pensil 2B dan untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi.

Kata Kunci : Kualitas, Keputusan Pembelian

1. Pendahuluan

Beragam produk yang tersedia membuat konsumen lebih cenderung menjatuhkan pilihan sesuai dengan persepsi mereka terhadap merek-merek tertentu yang menjadi favorit mereka. Perusahaan berlomba-lomba memperluas pangsa pasarnya, mencoba menarik pelanggan dengan cara mempengaruhi sikap konsumen agar bersedia membeli produk-produk mereka.

Produk yang ditawarkan ke pasar harus mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi agar memenuhi keinginan dan kebutuhan. Konsumen akan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dan mencari manfaat tertentu dari suatu produk, konsumen akan mempertimbangkan produk mana yang akan dipilih untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan manfaat yang diperlukan. Dalam memilih produk, konsumen tentu saja akan melihat merek, bentuk, model, warna, kualitas dan sebagainya. Tidak hanya itu saja, konsumen harus mempertimbangkan keefisienan produk tersebut untuk mengatasi keluhan konsumen. Hingga konsumen harus benar-benar teliti dan memikirkan apakah produk tersebut bisa menjawab keinginan konsumen sehingga para produsen harus benar-benar memperhitungkan keperluan konsumennya pada tiap periode dimana mengingat tiap periode pasti ada perubahan baik iklim, peraturan pemerintah dan lain sebagainya.

Pengaruh kualitas produk dan jasa, kepuasan konsumen, dan profitabilitas perusahaan yang mengaitkan beberapa hal yaitu, Semakin tinggi pula tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan sering kali biaya yang lebih rendah. Studi telah memperlihatkan korelasi yang tinggi antara kualitas produk relatif dan profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang menurunkan biayanya terlalu jauh akan menerima akibatnya ketika kualitas pengalaman pelanggan menurun. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan konsumen.

Kebutuhan akan alat tulis telah menimbulkan persaingan yang ketat terhadap produsen alat-alat tulis. Alat-alat tulis yang ditawarkan pun beragam mulai corak yang menarik, model nya yang unik, bahkan menawarkan ketahanan terhadap suatu produk

tersebut guna menarik minat konsumen. Alat-alat tulis yang menawarkan ketahanan salah satunya pensil 2B.

Perusahaan *Faber Castell* salah satu produsen yang menawarkan pensil 2B yang memiliki ketahanan yang lebih dari produk lain. *Faber Castell* merupakan perusahaan alat tulis tertua di dunia, yang sampai saat ini masih tetap menjadi milik keluarga setelah lebih dari 250 tahun. Sebuah *brand* yang sudah dinikmati diseluruh penjuru dunia. Saat ini grup *Faber Castell* telah memiliki 14 pabrik di 10 negara dan 23 perusahaan perwakilan di berbagai negara ditunjang oleh agen pemasaran di 120 negara diseluruh dunia.

Pensil 2B salah satu produk yang ditawarkan oleh perusahaan *Faber Castell* kepada calon konsumen baik yang sedang mengenyam pendidikan maupun masyarakat biasa. Pensil 2B salah satu perlengkapan sekolah yang memiliki peran penting di dalam keberlangsungan kegiatan proses belajar mengajar.

Toko Buku Harapan Baru adalah salah satu toko yang menjual alat-alat tulis sekolah, kantor, perlengkapan sekolah lainnya seperti topi dan dasi sekolah selain itu juga menjual benda-benda pos seperti materai dan perangko. Alat-alat tulis yang dijual di Toko Buku Harapan Baru salah satunya pensil 2B *Faber Castell*. Adapun tabel perbandingan penjualan produk *Faber Castell* dan *Greebel* pada Usaha Dagang Buku Harapan Baru berikut ini:

Tabel 1
Perbandingan penjualan produk *Faber Castell* dan *Greebel* pada Usaha Dagang Harapan Baru

No	Merk <i>Faber Castell</i>	Qty Jual	Merk <i>Greebel</i>	Qty Jual
1	2	3	4	5
1	Pensil 2B F/C 117102	1.404	Pensil <i>Greebel</i> 2B	1.152
2	Penghapus F/C 187199	920	—	—
3	Penghapus F/C 708640	840	—	—
4	Rautan F/C 100 LV	400	—	—
5	Pensil Wrn F/C 12 WC Pdk	156	Pensil Wrn G/R 12 CS Pdk	108
6	Pensil Wrn F/C 12 CS Pdk	132	Pensil Wrn G/R 12 WC Pdk	84
7	Paket Ujian F/C Standar	120	—	—
8	Pensil Wrn F/C 12 CS Pjg	84	Pensil Wrn G/R 12 CS Pjg	48
9	Rautan F/C 125 LV	70	—	—
10	Crayon Hexa Oil	60	Crayon <i>greebel</i> 12W Ktk	36
11	Paket Ujian Mantap	55	—	—

Sumber: *Usaha Dagang Harapan Baru*

Pada tabel di atas memberikan gambaran perbandingan pembelian produk pensil 2B antara produk *Faber Castell* dengan *Greebel*, terlihat bahwa merk *Faber Castell* masih memiliki rating yang lebih tinggi dari pada merk *Greebel*. Oleh karena itu penulis berusaha menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pensil 2B *Faber Castell* terutama mengenai perilaku konsumen dari sisi psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana Kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pensil 2B *Faber Castell* pada Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo?. Seberapa besar pengaruh Kualitas terhadap keputusan pembelian pensil 2B *Faber Castell* pada Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas maka dapat di tetapkan tujuan penelitan sebagai berikut :

Untuk mengetahui pengaruh Kualitas terhadap keputusan pembelian produk pensil 2B *Faber Castell* pada Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo. Untuk mengetahui besarnya

pengaruh Kualitas terhadap keputusan pembelian produk pensil 2B *Faber Castell* pada Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yang dapat digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ *statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain.¹

Populasi dalam penelitian ini menggunakan populasi tak terhingga. Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif.²

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Dari populasi yang ada ukuran sampel minimum diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian yang ditoleransi, maksimum 10% dengan menggunakan rumus slovin di atas maka dapat diketahui jumlah sampel minimal yaitu:

$$n = \frac{117}{1 + 117 \cdot (0,1)^2}$$

$$\begin{aligned} &= \frac{117}{2,17} \\ &= 53,91 = 54 \end{aligned}$$

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* pemilihan sampel secara kebetulan atau aksidental yang merupakan pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai menurut keinginan peneliti.⁴ Teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil. Kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan. Jadi sampel yang digunakan sebanyak 54 Responden.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan rata-rata penilaian konsumen terhadap kualitas pada indikator kinerja terlihat bahwa skor rata-ratanya adalah 3,39 dengan kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pensil 2B cukup baik karena cocok untuk semua kertas dan dapat dibaca oleh mesin scanner. Pada indikator kehandalan dan daya tahan terlihat bahwa skor rata-ratanya adalah 3,43 dengan kategori Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pensil 2B dapat diandalkan dan memiliki daya tahan yang bagus, terutama saat pengisian ujian atau penandaan pada lembar jawaban, Dimana warna pensil 2B sangat cerah dan akan mudah

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung, 2011, hal 11

² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008, hal 99

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hal 81

⁴ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, Refika Aditama, 2009, hal 272

terbaca oleh mesin scanner. Selain itu, pensil 2B juga digunakan konsumen untuk menggambar atau melukis. Pensil 2B memiliki daya tahan yang lebih bagus, dikarenakan bahan baku kayu pada pembuatan pensil dari perkebunan cemara yang ditanam sendiri oleh perusahaan *Faber Castell*. Disamping itu, pensil terbuat dari campuran grafit, tanah, dan air. Komposisi campuran menentukan tingkat kekerasan dan kehitaman bahan ini. Pada indikator *Serviceability*, skor rata-ratanya adalah 3,57 dengan kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa pensil 2B aman digunakan oleh konsumen dalam aktivitasnya. Karena ketika terjadi kesalahan dalam menulis atau menggambar pada kertas, pensil 2B mudah di hapus dan tidak akan menyebabkan kertas robek ataupun rusak.

Pada indikator kesesuaian dengan spesifikasi, skor rata-ratanya adalah 3,70 dengan kategori tinggi. Hal ini terlihat bahwa karakteristik dari pensil 2B telah memenuhi standar yang ditetapkan, produk pensil 2B *Faber Castell* ini telah mendapatkan sertifikat *ISO 14001* yakni standar prosedur yang diakui seluruh dunia. Akan tetapi, pada indikator Estetika, terlihat bahwa skor rata-ratanya adalah 2,56 dengan kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pensil 2B *Faber Castell* sudah memiliki desain dan kemasan yang menarik. Akan tetapi, desain dan kemasan pensil 2B tidak ada perubahan dari tahun ke tahun, hal ini terkadang membuat konsumen memilih produk pensil 2B lainnya dengan kemasan dan tampilan yang lebih menarik lagi. Pada indikator kualitas yang dipersepsikan terlihat bahwa skor rata-rata 3,39 dengan kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan pensil 2B *Faber Castell* cukup memiliki citra dan reputasi yang bagus dikalangan masyarakat.

Tabel 2
Rekaptulasi Variabel Kualitas

No	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	2	3	4
1	Kinerja	3,39	Cukup
2	Kehandalan dan Daya Tahan	3,43	Tinggi
3	Kesesuaian dengan spesifikasi	3,70	Tinggi
4	<i>Serviceability</i>	3,57	Cukup
5	Estetika	2,56	Rendah
6	Kualitas yang dipersepsikan	3,39	Cukup
Skor Rata-rata Kualitas		3,34	Cukup

Sumber: Data Primer (Diolah),

Berdasarkan rata-rata penilaian responden terhadap kualitas produk terlihat bahwa skor rata-ratanya adalah 3,34 dengan kategori Cukup. Dari 6 (Enam) pernyataan dalam variabel penelitian, skor dengan rata-rata tertinggi adalah pernyataan 3 (tiga) sebesar 3,70 dengan ketegori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik dari pensil 2B telah memenuhi standar yang ditetapkan, produk pensil 2B *Faber Castell* ini telah mendapatkan sertifikat *ISO 14001* yakni standar prosedur yang diakui seluruh dunia.

Sedangkan pernyataan terendah terdapat pada pernyataan 5 (lima) yaitu skor dengan rata-rata sebesar 2,56 dengan kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pensil 2B belum memiliki desain dan kemasan yang menarik. Namun, inovasi dari pensil 2B sangat dibutuhkan, mengingat banyaknya pesaing menarik konsumen dari desain dan kemasan yang lebih menarik lagi.

Berdasarkan pada tabel di atas, indikator nilai atau tata nilai memiliki skor rata-rata 4,02 dengan kategori tinggi. Pada indikator kepribadian memiliki skor rata-rata 4,06 dengan kategori tinggi. Pada indikator kecenderungan mengambil risiko memiliki skor rata-rata 3,91 dengan kategori tinggi. Pada indikator potensi ketidaksesuaian memiliki skor rata-rata 4,02 dengan kategori tinggi.

Tabel 3
Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian

No.	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	2	3	4
1	Nilai/tata nilai	4,02	Tinggi
2	Kepribadian	4,06	Tinggi
3	Kecenderungan mengambil risiko	3,91	Tinggi
4	Potensi ketidaksesuaian	4,02	Tinggi
Skor Rata-rata Keputusan Pembelian		4,00	Tinggi

Sumber: Data Primer (Diolah),

Berdasarkan pada Tabel 3, rata-rata penilaian kualitas terhadap keputusan pembelian terlihat bahwa skor rata-ratanya adalah 4,00 dengan kategori tinggi. Dari 5 (lima) item pernyataan pada variabel keputusan pembelian, nilai skor tertinggi adalah pernyataan 2 (dua) dengan skor rata-ratanya adalah sebesar 4,06 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dikarenakan konsumen percaya terhadap produk pensil 2B yang memiliki kehandalan dan daya tahan yang bagus.

Sedangkan pernyataan terendah adalah pernyataan 3 (tiga), yaitu dengan skor rata-ratanya adalah sebesar 3,91 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa harga pensil 2B cukup terjangkau. Akan tetapi harga pensil 2B masih tergolong tinggi, dikarenakan spesifikasi kualitas sesuai dengan harga yang diberikan. Tidak heran, jikalau produk pensil 2B memiliki harga yang cukup tinggi dibandingkan dengan merek produk sejenis.

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS Versi 16.00. adapun output yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.435	2.057		3.128	.003
Kualitas	.679	.102	.679	6.672	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Berdasarkan pada tabel 18, dapat dibuat persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 6,435 + 0,679X + e$$

Dimana:

Y= Keputusan Pembelian

a= Konstanta

b= Koefisien Regresi

X= Kualitas

Persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) = 6,435 artinya apabila diasumsikan kualitas adalah 0 atau tidak ada, maka keputusan pembelian sebesar 6,435.

2. Nilai koefisien regresi (b) = 0,679 artinya apabila terjadi peningkatan pada kualitas sebesar 1 (satu) satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,679 satuan atau sebesar 67,9% mempengaruhi keputusan pembelian.
3. pengaruh antara variabel kualitas terhadap keputusan pembelian dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pensil 2B *Faber Castell* terhadap keputusan pembelian.

Tabel 5
Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.435	2.057		3.128	.003
Kualitas	.679	.102	.679	6.672	.000

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Sumber: *Data diolah*

Hasil Uji parsial (Uji t) dapat dilihat pada Tabel di atas. Tingkat signifikan menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dengan pengujian dua sisi (signifikan 0,025) hasil diperoleh untuk t Tabel adalah 2,007, maka: Variabel Kualitas t hitung > t Tabel yaitu 6,672 > 2,007. Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,025, maka variabel kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima.

Tabel 6
Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.461	.451	1.885

a. Predictors: (Constant), Kualitas

b. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan SPSS Versi 16

Berdasarkan pada Tabel di atas, diperoleh (R²) = 46,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas (X) memiliki kontribusi sebesar 46,1% terhadap pembentukan variabel keputusan pembelian dan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas diketahui bahwa Kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pensil 2B *Faber Castell* itu terlihat dari hasil uji diperoleh persamaan regresi $Y = 6,435 + 0,679X$. Dari persamaan regresi tersebut diketahui bahwa koefisien regresi (b₁) sebesar 0,679. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian.

Nilai R (koefisien Korelasi) sebesar 67,9 % menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas dan variabel terikat. Kemudian nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0.461. Artinya, 46,1 % dapat dijelaskan dari variabel kualitas dan atau besaran kontribusi variabel kualitas terhadap keputusan pembelian sebesar 46,1 % dan sisanya sebesar 53,9 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada kualitas terhadap keputusan pembelian produk pensil 2B *Faber Castell* pada Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo yang dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden.
2. Terjadinya pengaruh signifikan kualitas terhadap keputusan pembelian produk pensil 2B *Faber Castell* pada Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo sebesar 0.461. Artinya, 46,1 % dapat dijelaskan dari variabel kualitas dan atau besaran kontribusi variabel kualitas terhadap keputusan pembelian produk pensil 2B *Faber Castell* sebesar 46,1 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini.
3. Kendala yang ditemukan oleh Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo dalam penjualan pensil 2B *Faber Castell* yaitu:
 1. Dari segi harga, pensil 2B *Faber Castell* memiliki harga yang lebih tinggi dari pesaing sehingga tidak semua kalangan mampu untuk membelinya.
 2. Dilapangan ditemukan pensil 2B *Faber Castell* yang tiruan atau palsu sehingga merusak harga,citra perusahaan dan kualitas yang mengakibatkan menurunnya kepercayaan konsumen selain itu menimbulkan harga yang bervariasi di pasaran yang membuat konsumen bingung terhadap harga pensil 2B *Faber Castell*.

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik yaitu :

1. Bagi Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo, sebagai informasi untuk menambah pengetahuan seputar tentang pensil 2B *Faber Castell* dan sebagai tolak ukur dalam melakukan penjualan pensil 2B pada Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat menggambarkan hal-hal apa saja yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pensil 2B *Faber Castell* dan dapat memperpanjang periode amatan dan disarankan untuk memperluas cakupan penelitian tentang pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian produk pensil 2B *Faber Castell* pada Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo .

Ucapan Terimakasih

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang sudah membantu dan berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini, terutama pada Usaha Dagang Harapan Baru Muara Bungo sudah memberikan waktu dan kesempatannya untuk memberikan data, informasi berkaitan penelitian ini. Kepada ibu Nanik Istianingsih, S.E.,M.E selaku ketua LPPM yang telah memberikan fasilitas untuk melakukan penelitian, dan kepada semua kawan-kawan yang tidak disebutkan namanya satu persatu yang telah telah memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Semoga semua kebaikan dibalas oleh Allah SWT. Aamiin.

Daftar Pustaka

Buku-buku

Burhan Bungin, (2008), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Sugiono, (2011), *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.

_____, (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.

Jurnal

Ulber Silalahi, (2009), *Metode Penelitian Sosial*, Refika Aditama.

Puji Iswanto, Eman, Herligiani, *Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang*, Vol .9 No. 4, Juli 2012