



**PENGARUH JENIS PRODUK CETAKAN, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERCETAKAN CV CITRA
JALAN SISINGAMANGARAJA NO 33 MEDAN AMPLAS**

Ridho Mukti¹, Muhammad Rahmat², Wan Dian Safina³, Tukimin Lubis⁴

Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

Ridhomukti18@gmail.com¹, muhammadrahmat0904@gmail.com², wandiansafina@umnaw.ac.id³,
tukiminlbs22@gmail.com⁴

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pengaruh jenis produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada percetakan CV. Citra. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data angket (kuesioner), wawancara, dan dokumentasi. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dari CV. Citra dan sampel sebagai responden penelitian ini akan diambil menggunakan *probability sampling* dengan rumus lemeshow yaitu 80 konsumen. Hasil penelitian penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 303,761 lebih besar dari F tabel 2,49, yang berarti secara simultan terdapat pengaruh pada pada jenis produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan pembelian pada percetakan CV. Citra. Secara parsial, hanya variabel jenis produk (X_1) dan harga (X_2) yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yaitu variabel jenis produk (X_1) sebesar 3,546 lebih besar dari t tabel sebesar 1,665 dan kualitas pelayanan (X_3) sebesar 6,702 lebih besar dari t tabel sebesar 1,665, sedangkan untuk variabel harga (X_2) sebesar -1,163 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,665 yang menunjukkan bahwa variabel harga (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil koefisien determinasi variabel jenis produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh yaitu dengan nilai R^2 sebesar 0,923 atau 92,3%.

Kata Kunci : Jenis Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Abstract: *This study aims to reveal the effect of product type, price, and service quality on purchasing decisions at CV Citra printing. This study uses a descriptive quantitative approach with questionnaire data collection methods, interviews, and documentation. The population in this study are consumers of CV Citra and the sample as respondents of this study will be taken using probability sampling with the lemeshow formula, namely 80 consumers. The results of this study indicate that the calculated F value of 303.761 is greater than the F table of 2.49, which means that simultaneously there is an influence on the type of product (X_1), price (X_2), and service quality (X_3) on purchasing decisions at CV Citra printing. Partially, only the variables of product type (X_1) and price (X_2) have an effect on purchasing decisions, namely the variable type of product (X_1) of 3.546 is greater than the t table of 1.665 and service quality (X_3) of 6.702 is greater than the t table of 1.665, while for the price variable (X_2) of -1.163 is smaller than the t table of 1.665 which indicates that the price variable (X_2) has no effect on purchasing decisions. Based on the results coefficient of determination, the variable product type (X_1), price (X_2), and service quality (X_3) have an effect, namely with an R^2 value of 0.923 or 92.3%.*

Keywords: *Type of Product, Price, Services Quality, Purchasing Decisions*

PENDAHULUAN

Pada Era Globalisasi sekarang ini yang salah satunya ditandai dengan perkembangan teknologi dan kemajuan disegala bidang memunculkan persaingan di dunia bisnis. Munculnya perusahaan-perusahaan baru dalam skala besar, sedang, maupun kecil, menambah semarak persaingan didunia bisnis sejalan dengan pertumbuhan ekonomi, social, budaya dan teknologi. Setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda, karena suatu perusahaan tidak akan bisa bersaing bila perusahaan tidak memiliki strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisis pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu produk dengan harga yang berkualitas untuk memuaskan para konsumen dengan kualitas pelayanan yang baik untuk perusahaan tersebut.

Usaha percetakan adalah sektor usaha industri kreatif yang cukup banyak jenisnya seperti, sablon manual/digital, graphic design, digital printing dan media cetak. Dalam bisnis percetakan semakin dipermudah eksistensinya, baik itu dari segi teknologi cetak, operasionalisasi, dan tenaga pendesain. Tidak hanya sekedar jasa mencetak saja, percetakan juga memperhatikan desain dari setiap produk yang dihasilkan. Dalam perkembangannya usaha percetakan tidak hanya di domisili oleh perusahaan besar saja seperti perseroan terbatas (PT), namun usaha menenga seperti persekutuan komanditer (CV), dan usaha kecil usaha dagang (UD), memberikan adil dalam perkembangan perekonomian. Oleh karena itu diperlukan adanya pengembangan dan pembinaan yang berkesinambungan guna meningkatkan kemajuan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Percetakan agar mampu mandiri menjadi usaha yang tangguh. Diharapkan juga memiliki keunggulan dalam memberikan kepuasan konsumen serta dapat menciptakan peluang pasar yang lebih besar.

Peluang bisnis percetakan di kota Medan cukup menjanjikan, walaupun masih kurang minat yang ingin membuka usaha percetakan ini dari segi kurangnya kemampuan membuat graphic design, media cetak dan digital printing. Dalam hal ini teknologi sangat dibutuhkan untuk membuka usaha percetakan ini

Percetakan CV. Citra jalan Sisingamangaraja no 33 Medan Amplas berdiri pada tahun 2006. Percetakan ini memiliki 33 anggota yang terbagi menjadi beberapah bagian pekerjaan yaitu mulai dari pemasaran, pendesain cetakan, pengemasan dalam pencetakan, pengiriman barang serta bagian keuangan yang mengatur percetakan. Percetakan CV. Citra adalah suatu bisnis yang bergerak di bidang industri percetakan yang menerima tempahan berbagai macam kotak nasi, kotak kue, undangan, spanduk, faktur dan lain sebagainya. Adapun permasalahan yang terdapat di tempat penelitian tersebut.

Tabel 1. Perbandingan Harga

Percetakan CV. Citra		Percetakan Sunny Printing	
Hasil Produk	Harga Perlembar	Hasil Produk	Harga Perlembar
Kertas Nasi	Rp. 195	-	-
Kotak Nasi	Rp. 2.100	Kotak Nasi	Rp 2.000
Kotak Martabak/ Kue	Rp. 1.800	Kotak Martabak/Kue	Rp 1.800
Bon Faktur 1 Blok	Rp. 9.000	Bon Faktur 1 Blok	Rp 8.000

Sumber: Percetakan CV. Citra & Percetakan Sunny

Dilihat dari tabel 1.1 diatas harga yang ditawarkan Percetakan CV. Citra untuk produk kertas nasi yaitu Rp. 195. Sedangkan untuk di Percetakan Sunny Printing Medan tidak membuat kertas nasi. Untuk kotak nasi di Percetakan CV. Citra yaitu Rp. 2.100. Sedangkan di Percetakan Sunny Printing Medan Rp. 2.000. Untuk Kotak Martabak/ Kue di Percetakan CV. Citra yaitu Rp. 1.800. Sedangkan Percetakan Sunny Printing Medan Rp. 1.800. Untuk Bon Faktur di Percetakan CV. Citra yaitu Rp. 9.000. Sedangkan Percetakan Sunny Printing Medan Rp. 8.000. Dari Perbedaan harga yang di tentukan oleh pihak Percetakan CV. Citra dan Percetakan Sunny Printing Medan ada perbedaan dimana memiliki harga yang berbeda. Kebanyakan konsumen akan memilih harga dengan nilai yang rendah dibandingkan dengan harga dengan nilai tinggi. Dilihat dari perkembangan teknologi yang sangat tinggi mengikuti zaman perkembangan, apakah Percetakan CV. Citra mampu bersaing mengikuti perkembangan zaman sekarang ini untuk memuaskan keinginan dari konsumen tersebut. Jenis produk cetakan akan jadi keputusan pembelian konsumen disaat desain dan kualitas produk tersebut jadi minad beli konsumen.

Fenomena keputusan pembelian pada konsumen apakah di Percetakan CV. Citra Masih adanya kurang memuaskan dari segi produk, harga, pelayanan yang memutuskan konsumen pada minad beli di Percetakan CV. Citra. Hal tersebut tentunya akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian di Percetakan CV. Citra.

Berdasarkan latar belakang tersebut menunjukkan penelitian tersebut dilakukan dengan mengambil judul penelitian Pengaruh Jenis Produk Cetakan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Percetakan CV. Citra Jalan Sisingamangaraja No 33 Medan Amplas”.

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh jenis produk cetakan terhadap keputusan pembelian pada percetakan CV Citra, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada percetakan CV Citra, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada percetakan CV Citra untuk mengetahui besar pengaruh jenis produk cetakan, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada percetakan CV Citra.

TINJAUAN TEORI

Produk menurut (Philip Kotler, 2020), merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekadar benda berwujud, seperti mobil, pakaian, atau ponsel. Didefinisikan secara luas, produk juga mencakup layanan, acara, orang, tempat, organisasi, dan ide atau campuran dari semuanya. Secara garis besar jenis-jenis produk bisa diperinci menjadi dua jenis, yaitu produk konsumsi dan produk industri. Produk konsumsi (*consumer products*) adalah barang yang dipergunakan oleh konsumen akhir atau rumah tangga dengan maksud tidak untuk dibiniskan atau dijual lagi.

Dalam hal ini produk cetakan menjadi faktor paling penting dimana graphic design, digital printing dan media cetak menjadi keberhasilan produk tersebut menjadi keputusan pembelian konsumen tersebut.

Menurut (Zulkarnaen, 2023). Harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan atas pelanggan terhadap penjual dan pembeli barang yang dibelinya. Dengan kata lain, harga ialah nilai sebuah barang yang ditentukan oleh penjual. Suatu usaha mau itu produksi atau jasa jika kualitas pelayanan kurang menjadi minat keputusan pembelian konsumen tidak akan dapat unggul dengan usaha-usaha lainnya. hal ini dalam mendapatkan kepercayaan konsumen maka perlu adanya pelayanan-pelayanan yang baik untuk menjadikan pelayanan yang unggul yang akan dimiliki usaha-usaha tersebut. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, banya perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga

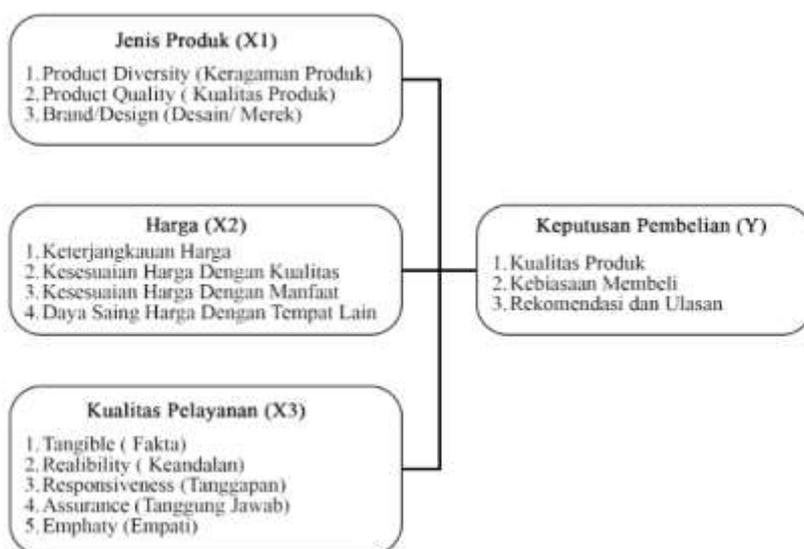
tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat volume penjualan, tingkat keuntungan serta dapat dicapai oleh perusahaan. (Husein, 2019).

Menurut (Jeany & Siagian, 2020) kualitas pelayanan merupakan sebuah perilaku yang dapat mewujudkan perubahan yang akan diperlukan oleh nasabah sehingga seorang nasabah dapat juga melakukan sebuah evaluasi terhadap bagaimana pelayanan, kualitas pelayanan dapat disebut sebagai takaran yang menyatakan bahwa seberapa tingkat kualitas layanan yang dapat dihaturkan untuk mencukupi oleh keputusan pembelian.

Menurut (Aditya, 2021) pengertian keputusan pembelian merupakan suatu sikap yang dapat di pertimbangkan untuk membeli produk atau tidak pada suatu barang dan jasa. Menurut (Bafadhal, 2021) pengertian keputusan pembelian merupakan sebuah keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli dan bagaimana cara melakukan pembelian yang akan dilakukan.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk menggunakan suatu barang atau jasa yang melibatkan proses pertimbangan seperti produk atau jasa apa yang akan dibeli serta kualitasnya, berapa banyak, bagaimana cara membeli barang atau jasa tersebut.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Sumber: (Kotler & Gary, 2019), (Magdalena, 2022), (Jeany & Siagian, 2020), (Philip Kotler, 2020)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memberikan gambaran tentang jawaban dari pada seberapa orang yang memilih pilihan desain yang sesuai dengan pendapat. Sedangkan Metode analisis data yang peneliti gunakan untuk menganalisis jawaban yang diperoleh dari responden adalah metode analisis data deskriptif dan kuantitatif. Metode ini digunakan untuk mengetahui tentang “Pengaruh Jenis Produk Cetakan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Percetakan CV. Citra Jalan Sisingamangaraja No 33 Medan Amplas”. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui observasi, dokumentasi dan survey melalui kuesioner kepada responden. Dan penelitian ini akan dilakukan di Percetakan CV. Citra Jalan Sisingamangaraja No 33 Medan Amplas.

Dalam penelitian ini, populasi akan menggunakan konsumen pembeli dari Januari 2024 – Mei 2024, maka digunakan rumus *Slovin* untuk mengetahui jumlah sampel. Berikut rumus *Slovin* menurut (Riyanto & Hermawan, 2020)

Dimana

n = Jumlah Responden

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (5% atau 0,5)

Maka:

$$n = 100 / (1 + 100 \times (0,5)^2) = 80$$

Jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 80 responden. Dalam hal ini sekitar 100 populasi diambil 80 sampel yang digunakan dikarenakan menggunakan *Simple Random Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2021) merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan skala yang ada dalam populasi itu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menguraikan mengenai Pengaruh jenis produk cetakan, Harga Dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Percetakan CV. Citra Jalan Sisingamangaraja No 33 Medan Amplas.

Karakteristik Responden

Tabel 2. Karakteristik Responden

Profil Responden	Persentase (%)	
Jenis Kelamin	Laki-Laki	48%
	Perempuan	53%
Umur	< 20	0%
	21-30	4%
	31-40	46%
	> 41	50%
Jenjang Pendidikan	SMP	34%
	SMA	54%
	STRATA SATU (S1)	13%

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan pada hasil penelitian ini, maka diperoleh bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 53% jika dibandingkan dengan laki-laki. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa berdasarkan pada umur, mayoritas responden berada pada umur >41 tahun sebanyak 50% dan terakhir berdasarkan pada jenjang Pendidikan, mayoritas responden berpendidikan SMA sebesar 54%.

Uji Validitas

Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketetapan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika instrument benar (*Valid*) maka hasil pengukuran kemungkinan adalah benar. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung memiliki nilai yang lebih tinggi daripada nilai r tabel. Dari nilai df dengan rumus $N-2$, dimana N merupakan jumlah responden, maka r tabel sebesar 0,219. Dari seluruh hasil r hitung yang didapat. Diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel, oleh karena itu seluruh item pertanyaan dapat dinyatakan valid untuk dilakukan pengujian. Berikut adalah tabulasi dari hasil uji validitas.

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Jenis Produk (X1)	Pernyataan 1	0,752	0,219	Valid
	Pernyataan 2	0,897	0,219	Valid
	Pernyataan 3	0,871	0,219	Valid
Harga (X2)	Pernyataan 1	0,887	0,219	Valid
	Pernyataan 2	0,947	0,219	Valid
	Pernyataan 3	0,841	0,219	Valid
	Pernyataan 4	0,826	0,219	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	Pernyataan 1	0,899	0,219	Valid
	Pernyataan 2	0,875	0,219	Valid
	Pernyataan 3	0,807	0,219	Valid
	Pernyataan 4	0,698	0,219	Valid
	Pernyataan 5	0,895	0,219	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Pernyataan 1	0,651	0,219	Valid
	Pernyataan 2	0,804	0,219	Valid
	Pernyataan 3	0,739	0,219	Valid

Sumber: data diolah peneliti

Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa tangguh item pernyataan yang digunakan dalam pengukuran atau penelitian. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's Alpha dengan tingkat signifikan sebesar 0,60. Berdasarkan hasil pengujian, nilai Cronbach's Alpha memiliki nilai lebih tinggi dari tingkat signifikan 0,60, maka dengan ini item pernyataan yang digunakan dapat dikatakan reliabel atau tangguh untuk digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

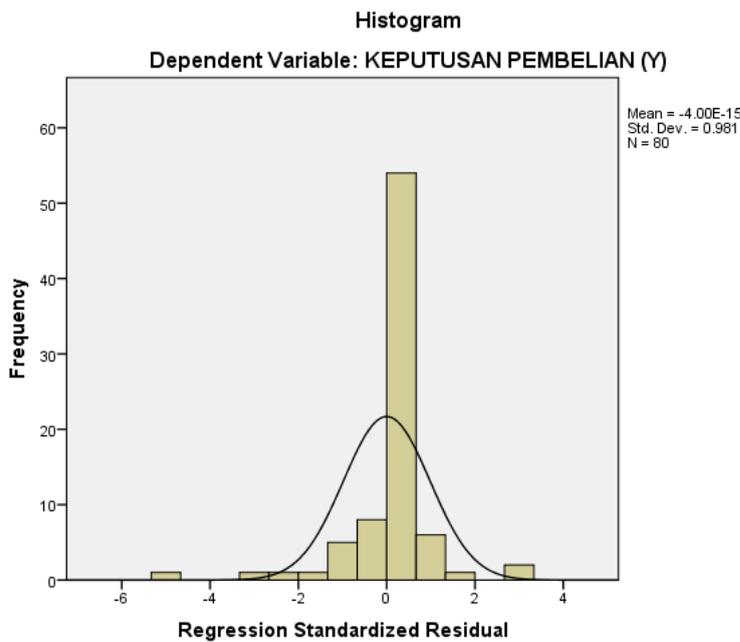
Variabel	Croncach's Alpha Hitung	Keterangan
Jenis Produk (X1)	0,858	Reliabel
Harga (X2)	0,842	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,819	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,831	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian grafik P-P Plot untuk pengujian residual model regresi. dapat dilihat bahwa Grafik *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pada histogram juga terlihat bahwa distribusi membentuk lonceng, hal ini secara subyektif dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 2. Histogram Uji Normalitas



Sumber: data diolah peneliti

Uji Multikolinieritas

Untuk menganalisa apakah multikolinieritas terjadi dalam suatu model regresi dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance dari hasil analisis data nilai VIF. Hasil dari uji ini menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance yang lebih kecil dari 10%, yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel. Sehingga dari hal tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	(Constant)	

JENIS PRODUK (X1)	.062	16.156
HARGA (X2)	.051	19.576
KUALITAS PELAYANAN (X3)	.098	10.256

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Sumber: data diolah peneliti

Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Jenis Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Percetakan CV Citra. Hasil uji regresi linier berganda untuk masing-masing variabel, yaitu:

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.209	.445		.469	.640
	JENIS PRODUK (X1)	.452	.127	.454	3.546	.001
	HARGA (X2)	-.123	.105	-.164	-1.163	.248
	KUALITAS PELAYANAN (X3)	.415	.062	.683	6.702	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan tabel diatas terdapat beberapa kolom dalam tabel *Coefficients* diatas. Yang perlu di perhatikan Ketika akan mencari persamaan regresi linier bergandanya adalah kolom 'B'. Dalam kolom B tersebut nilai (*Constant*) adalah 0.209 dan Jenis Produk (0.452) (X1), Harga (-123) (X2), dan Kualitas Pelayanan (0.415) (X3).

Sehingga apabila dituliskan persamaan regresi linier berganda dari penelitian ini adalah $Y=0.209 + 0.452 X_1 -123 X_2 + 0.415 X_3$. Persamaan regresi linier berganda tersebut, dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) adalah 0.209. Artinya jika variabel Jenis Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), nilainya adalah 0, maka nilainya positif, yaitu 0.209.
- Nilai koefisien regresi variabel Jenis Produk (X1) bernilai positif, yaitu 0.452. Artinya bahwa apabila ada peningkatan jenis produk (X1) sebesar 1%, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.452 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan.

- c. Nilai koefisien regresi variabel Harga (X2) bernilai negatif, yaitu (-0.123). Artinya bahwa apabila tidak ada peningkatan harga (X3) sebesar 1%, maka keputusan pembelian akan menurun sebesar (-0.123) dgn asumsi variabel lain bernilai konstan.
- d. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X3) bernilai positif, yaitu 0.415. Artinya bahwa apabila ada peningkatan kualitas pelayanan (X3) sebesar 1%, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.415 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan.

Uji Hipotesis Parsial

Uji parsial (t) bertujuan untuk melihat pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan, dengan kriteria:

- a. Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ table}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak berpengaruh.
- b. Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ table}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh.

Tabel 7. Uji Hipotesis Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.209	.445		.469	.640
	JENIS PRODUK (X1)	.452	.127	.454	3.546	.001
	HARGA (X2)	-.123	.105	-.164	-1.163	.248
	KUALITAS PELAYANAN (X3)	.415	.062	.683	6.702	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan dsari tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung yang diperoleh setiap variabel. Sedangkan nilai t tabel pada $n-k$ (80-4) adalah 76 pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah 1.665. Hasil pengujian Pengaruh Jenis Produk Cetakan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Percetakan CV. Citra Jalan Sisingamangaraja No 33 Medan Amplas adalah sebagai berikut:

- a. Hasil analisis diperoleh nilai t hitung untuk variabel jenis produk (X1) sebesar 3.546. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel atau $3.546 > 1.665$. Kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,01 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel X1 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat

- disimpulkan variabel jenis produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. Hasil analisis yang diperoleh nilai t hitung untuk variabel harga (X2) sebesar -1.163 jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar 1.991. Maka t hitung yang diperoleh lebih kecil dari nilai t tabel atau $-1.163 < 1.665$. Kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,248 < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga variabel X3 tidak memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t negatif menunjukkan bahwa X3 tidak mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c. Hasil analisis diperoleh nilai t hitung untuk variabel jenis produk (X3) sebesar 6.702. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel atau $6.702 > 1.665$. Kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel X1 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel jenis produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Hipotesis Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji f atau Anova. Pada pengujian ini, hipotesis dapat dinyatakan diterima apabila memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai f hitung $> f$ tabel.

Tabel 8. Tabel Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	450.019	3	150.006	303.761	.000 ^b
	Residual	37.531	76	.494		
	Total	487.550	79			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, JENIS PRODUK, HARGA

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat dilihat f hitung adalah 303.761 dengan tingkat sig 0,000 oleh karena itu nilai sig $0,000 > 0,05$ dan nilai f hitung $303.761 > f$ tabel 2.49 hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independent X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independennya. Range nilai dari R^2 adalah $0-1, 0 \leq R^2 \leq 1$

semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan amat terbatas, sebaliknya semakin mendekati satu model semakin baik.

Tabel 9. Tabel Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.961 ^a	.923	.920	.703

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, JENIS PRODUK, HARGA

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.16 diatas R menunjukkan korelasi sederhana, yaitu jenis produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,961 atau 96,1%. Artinya hubungannya erat, semakin besar R berarti hubungannya semakin erat. R square (R^2) atau kuadrat R menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,923, artinya persentase jenis produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian sebesar 92,3% sedangkan sisanya sebesar 7,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut

- Hasil analisis yang diperoleh nilai t hitung untuk variabel jenis produk (X1) sebesar 3.546 jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar 1.665. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel atau $3.546 > 1.665$.
- Hasil analisis yang diperoleh nilai t hitung untuk variabel harga (X2) sebesar -1.163 jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar 1.665. Maka nilai t hitung yang diperoleh lebih kecil dari nilai t tabel atau $-1.163 < 1.665$.
- Hasil analisis yang diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 6.702 jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar 1.665. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel atau $6.702 > 1.665$.
- Nilai f hitung adalah 303.761 dengan nilai sig 0,000 oleh karena itu nilai sig $0,000 > 0,05$ dan nilai f hitung $303.761 > f$ tabel 2.49 hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independent X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y.
- Nilai R menunjukkan korelasi sederhana, yaitu jenis produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0.961 atau 96,1%. Artinya hubungan erat, semakin besar R berarti hubungannya semakin erat. R square (R^2) atau kuadrat R menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0.923, artinya persentase jenis produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian sebesar 92,3% sedangkan sisanya sebesar 7,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan bagi Percetakan CV. Citra adalah sebagai berikut:

- a. Percetakan CV. Citra harus memperhatikan bauran pemasaran. Apabila kegiatan bauran pemasaran yang ada di Percetakan CV. Citra bagus maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
- b. Diharapkan Percetakan CV. Citra dapat mempertahankan serta meningkatkan pemasaran agar dapat menarik minat keputusan pembelian konsumen.
- c. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan menggunakan variabel yang baru agar hasil penelitian dapat lebih variatif dan menemukan penelitian yang lebih baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K. (2021). *Riset Populer Pemasaran* (1st ed.). Media Sains Indonesia.
- Bafadhal, A. S. (2021). *Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan*. Media Nusa Creative.
- Husein, U. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. PT Gramedia Pustaka.
- Jeany, & Siagian, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Pada BPR ArthaPrima Perkasa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(3), 330–341.
- Kotler, P., & Gary, A. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed., Vol. 13). Erlangga.
- Magdalena, M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Lubuk Pakam Kec. 2x11 Enam Lingkung Kab. Padang Pariaman. *Jurnal Pundi*, 6(1).
- Philip Kotler, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Bob Sabran, Ed.; 13th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Riyanto, S., & Hermawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Cetakan ke-3). Alfabeta.