JOURNAL OF INDONESIAN MANAGEMENT (JIM)

The Influence of Product Quality and Price Discount on Purchasing Decisions (A Survey on consumers at Wendy's Transmart in the city Tasikmalaya)

Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wendy's Transmart di Kota Tasikmalaya)

Gilang Syefa Lugina[1)]; Depy Muhamad Pauzy[2)] Kusuma Agdhi Rahwana[3)]
[1,2,3)]*Study Program of Management, Faculty of Economic & Business, Universitas Perjuangan, Tasikmalaya*
Email: [1)] gilangsl1609@gmail.com; [2)] depymuhamad@unper.ac.id; [3)] kusumaagdhi@unper.ac.id;

ARTICLE HISTORY
Received [2 Agustus 2022]
Revised [22 Agustus 2022]
Accepted [3 September 2022]

KEYWORDS
Community Satisfaction Index, Land and Building Tax

This is an open access article under the CC–BY-SA license

ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wendy's Transmart di Kota Tasikmalaya). Penelitian ini menggunakan metode survei. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data skunder, dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden dari konsumen dan menggunakan metode sampel *aksidental*. Alat analisis yang digunakan dalam SPSS versi 25. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuisioner dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Potongan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Potongan Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

ABSTRACT
This study aims to determine the effect of product quality and price discounts on purchasing decisions (Survey of consumers at Wendy's Transmart Tasikmalaya). This study uses a survey method. The type of data used is primary data and secondary data, with a research sample of 100 respondents from consumers and using the accidental sampling method. The analytical tool used in SPSS version 25. Data collection techniques used interviews, questionnaires and documentation studies. The results showed that product quality and price discounts simultaneously had a significant effect on purchasing decisions. Product quality partially has a significant effect on purchasing decisions. Discounts partially have a significant effect on Purchase Decisions.

PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan bisnis, terutama persaingan yang berasal dari usaha yang sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak cepat dalam hal menarik konsumen. Restoran cepat saji pertama kali muncul pada tahun 1870 di Kota New York. Melalui perkembangan zaman dan semakin berkembangnya teknologi, restoran cepat saji mengembangkan sistemnya sehingga saat ini waktu yang diperlukan menjadi semakin sedikit.

Wendy's merupakan salah satu restoran cepat saji yang berasal dari Amerika yang ditemukan oleh Dave Thomas pada tanggal 15 November 1969 dan diberi nama dari anak keempatnya yang bernama Melinda Lhou Thomas yang sering dipanggil Wenda/Wendy. Perusahaan utamanya terletak di Dublin. Restoran Wendy's pertama kali dibuka pada tahun 1969 dan cabangnya berkembang cepat melebihi 3000 restoran sampai pada tahun 1985.

Penelitian ini mengambil unit analisis "Wendy's Transmart Tasikmalaya" Wendy's merupakan salah satu restoran yang ada di Tasikmalaya yang menjual makanan cepat saji. Wendy's yang lokasinya ada di Jln. Ir. H. Juanda No,82 Panglayungan, Kec. Bungursari, Kota Tasikmalaya 46134. Sejak pertama kali buka Wendy's tidak mudah memasarkan produknya di wilayah yang baru saja ditempati, karena banyak kendala dan pesaing yang sudah lebih dulu berbisnis. Hal ini mengakibatkan penjualan Wendy's tidak sesuai target yang sudah ditentukan.

Hal ini dapat dilihat dari Tabel data penjualan Wendy's selama satu tahun terakhir.

Tabel 1. Data Penjualan Wendy's 3 Periode

Tahun	Target Penjualan	Target Terpenuhi
2019	Rp.2.400.000.000	Rp.2.650.201.000
2020	Rp.2.400.000.000	Rp.905.250.301
2021	Rp.1.200.000.000	Rp.901.670.504

Sumber: Wendy's Transmart Tasikmalaya

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa target penjualan Wendy,s Transmart Tasikmalaya selama 3 periode memiliki target yang berbeda beda. Tahun 2019 target penjualan Rp.2.400.000.000, terpenuhi dengan jumlah Rp.2.650.201.000, selanjutnya pada tahun 2020 target penjualan Rp.2.400.000.000, namun terealisasi sebesar Rp. 905.250.301, selanjutnya pada tahun 2021 target penjualan Rp. 1.200.000.000, namun terealisasi sebesar Rp.901.670.504. Dari penjelasan diatas terjadi penurunan penjualan Wendy's Transmart Tasikmalaya pada tahun 2020 dan 2021 dimana penurunan terjadi karena tidak memenuhi target penjualan.

Target penjualan Wendy's Transmart Tasikmalaya pada tahun 2019 dan 2020 1 bulannya sebesar Rp.200.000.000 target penjualan satu tahun Rp.2.400.000.000, kemudian pada tahun 2021 terjadi penurunan target penjualan dimana 1 bulannya hanya Rp.1.200.000.

Tabel 2. Daftar Menu Wendy's

MENU	HARGA
Treatdeals	Rp. 82.000
Puas 1	Rp. 45.000
Puas 2	Rp. 45.000
Combo Chicken Sambal Matah	Rp. 44.000
Combo Sambal Matah Chicken Rice	Rp. 44.000
Combo Chicken Sambal Bawang	Rp. 44.000
Combo Chicken Sambal Hijau	Rp. 44.000
Combo Chicken Sambal Hijau Rice	Rp. 44.000
Combo Chicken Sambal Bawang Rice	Rp. 44.000
Cheese Burger Ala Carte	Rp. 35.000
Beef Burger Deluxe Ala Carte	Rp. 35.000
Combo Cheese Burger With Medium	Rp. 52.000
Combo Beef Burger Deluxe With Medium	Rp. 53.000
Single Stacker Ala Carte	Rp. 58.000
Double Stacker Ala Carte	Rp. 88.000
Combo Single Stacker Ala Carte	Rp. 78.000
Combo Double Stacker Ala Carte	Rp. 104.000
Homestyle Chicken Burger Ala Carte	Rp. 45.000
Cheesy Crispy Chicken Burger	Rp. 35.000
Combo Homestyle Chicken Burger Ala Carte	Rp. 62.000
Combo Cheesy Crispy Chicken Burger	Rp. 52.000
Fried Chicken 2 pcs	Rp. 42.000
Party Pack 5 pcs Fried Chicken	Rp. 98.000
Party Pack 9 pcs Fried Chicken	Rp. 182.000
Beef Spaghetti Bolognese	Rp. 35.000
French Fries Medium	Rp. 22.000
French Fries Large	Rp. 26.000
Baked Potato Broccoli n' Cheese	Rp. 44.000
Baked Potato Cheese n' Cheese	Rp. 44.000
Baked Potato Bolognese	Rp. 44.000
Potato Pie Cheese	Rp. 45.000
Coca-cola can Smile	Rp. 18.000
Milo	Rp. 18.000
Ades Mineral Water	Rp. 8.000
Thai Tea Jelly	Rp. 22.000
Butterscotch Caramel Maciato	Rp. 22.000

Sumber: Wendy's Transmart Tasikmalaya

Dalam wawancara singkat penulis dengan Bapak Yosep Dwi Putra selaku leader di Wendy's menurutnya, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tidak sesuainya target penjualan adalah

kualitas produk, kualitas produk Wendy's di Tasikmalaya monoton dan daya tahan produk yang kurang awet sehingga mengakibatkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian jadi berkurang dan adanya pesaing yang sudah ada sebelumnya dan bergerak dibidang yang sama menjadikan Wendy's harus memberikan kualitas produk yang lebih baik lagi.

Tabel 3. Data Penjualan Menu Promo Wendy's 3 Periode

Tahun	Target Penjualan	Target Terpenuhi
2019	2.400 pcs	1.400 pcs
2020	2.400 pcs	228 pcs
2021	1.200 pcs	208 pcs

Sumber: Wendy's Transmart Tasikmalaya

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa target penjualan menu promo Wendy,s Transmart Tasikmalaya selama 3 periode memiliki target yang berbeda beda. Tahun 2019 target penjualan 2.400 pcs, namun terealisasi dengan jumlah 1.400 pcs, selanjutnya pada tahun 2020 target penjualan2.400 pcs, namun terealisasi sebesar 228 pcs, selanjutnya pada tahun 2021 target penjualan 1.200 pcs, namun terealisasi sebesar 208 pcs. Dari penjelasan diatas terjadi penurunan penjualan menu promo Wendy's Transmart Tasikmalaya dari tahun ketahun sehingga tidak memenuhi target penjualan. Target penjualan menu promo Wendy's Transmart Tasikmalaya pada tahun 2019 dan 2020 1 bulannya sebesar 200 pcs, target penjualan satu tahun 2.400 pcs, kemudian pada tahun 2021 terjadi penurunan target penjualan dimana 1 bulannya hanya 200 pcs.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:230) kualitas produk merupakan suatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki dan digunakan atau dikonsumsi yang bisa memuaskan atau memenuhi keinginan.

Potongan Harga

Menurut Staton dalam Kristiawan (2018) potongan harga merupakan hasil pengurangan dari harga dasar atau harga tercatat atau harga terdaftar pengurangan dapat berbentuk harga yang dipotong atau konsesi lain seperti sejumlah barang gratis.

Keputusan Pembelian

Menurut Alma Buchari (2014:4) Keputusan Pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang mmuncul produk apa yang akan dibeli.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif, kuantitatif dengan pendekatan Survei. Objek penelitian ini adalah kualitas produk, potongan harga, dan keputusan pembelian. Sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen Wendy's di wilayah Kota Tasikmalaya. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen makanan cepat saji di Kota Tasikmalaya yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Sampel yang digunakan adalah aksidental sampling. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak diketahui maka penulis akan menggunakan rumus menurut Sugiyono (2017: 220) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:
n = Jumlah sampel
Z = Tingkat keyakinan penentuan sampel ditentukan sebesar 95% = 1,96
Moe = Margin Of Error Max, yaitu tingkat kesalahan maksimal
Pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi 10%
Peneliti menggunakan rumus diatas, maka peneliti memperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1{,}96^2}{4(0{,}1)^2}$$

n = 96,04 = 97 atau 100 (pembulatan)

Jadi berdasarkan rumus diatas maka dapat diambil sampel dan populasi sebanyak 96,04 orang, namun karena ada pembulatan dan untuk mempermudah perhitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden. Adapun kriteria yang ditentukan: Jenis kelamin laki-laki dan perempuan, usia 15- 45 tahun, dan masyarakat umum.

Teknik pengukuran data menggunakan skala likert bernilai positif. Hasil dari kuesioner data ordinal kemudian diubah menjadi data interval dengan bantuan MSI kemudian dihitung jumlah maksimum dan minimum dengan Nilai Jenjang Interval (NJI). Kemudian terdapat pengujian yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda namun sebelumnya dilakukan pengujian uji asumsi klasik terlebih dahulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukan bahwa semua variabel valid. Hal ini disimpulkan dengan melihat semua variabel rhitung > rtabel. Diindentifikasi bahwa semua pernyataan layak untuk diteliti.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Produk

Pernyataan	Korelasi (r hitung)	r tabel	Hasil Uji Validitas
1	676	0,196	Valid
2	576	0,196	Valid
3	727	0,196	Valid
4	698	0,196	Valid
5	770	0,196	Valid
6	766	0,196	Valid
7	766	0,196	Valid
8	787	0,196	Valid

Sumber: Olah data primer, 2022.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kuesioner Potongan Harga

Pernyataan	Korelasi (r hitung)	r tabel	Hasil Uji Validitas
1	620	0,196	Valid
2	816	0,196	Valid
3	720	0,196	Valid
4	595	0,196	Valid
5	687	0,196	Valid
6	552	0,196	Valid

Sumber: Olah data primer, 2022.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian

Pernyataan	Korelasi (r hitung)	r tabel	Hasil Uji Validitas
1	789	0,196	Valid
2	865	0,196	Valid
3	844	0,196	Valid
4	863	0,196	Valid

Sumber: Olah data primer, 2022.

Hasil uji validitas dari seluruh pernyataan variabel Kualitas Produk (X_1), Potongan Harga (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y) pada tabel diatas secara keseluruhan diperoleh hasil rhitung > rtabel. Sehingga uji validitas seluruh variabel dapat dinyatakan valid.

Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner dengan indikator dari setiap variabel penelitian. Uji reliabilitas digunakan dengan *software* versi 25. Adapun hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach* Alpa	Hasil Uji Reliabilitas
Kualitas Produk (X1)	0,868	Reliabel
Potongan Harga (X2)	0,746	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.861	Reliabel

Sumber: Olah data primer, 2022.

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas, angka yang diperoleh hasil cronbach alpa > 0,60 Sehingga uji reliabilitas terpenuhi (Reliabel).

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan pengolahan SPSS versi 25, adapun hasil uji normalitas pada Tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55664945
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.046
	Negative	-.109
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil yang di dapat dari hasil pengolahan SPSS versi 25 memperlihatkan data yang diperoleh berada menyebar disekitar diagram dan mengikuti model regresi, selain itu dilihat dari nilai asmply.sig 0,005 > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil penelitian dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.982	1.339		-1.480	.142					
	Kualitas Produk	.363	.045	.582	7.982	.000	.754	.630	.488	.701	1.426
	Potongan Harga	.241	.056	.314	4.309	.000	.633	.401	.263	.701	1.426

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil pengujian SPSS versi 25 mendapatkan hasil pada kolom tolerance menunjukan bahwa Kualitas Produk (0,701 > 0,10) dan Potongan Harga (1.426 > 10). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Potongan Harga tidak terjadi multikoliniearitas sehingga uji multikoliniearitas terpenuhi.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil penelitian dari uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel:

Tabel 10. Hasil Uji Autokrelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value[a]	.21001
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	53
Z	.402
Asymp. Sig. (2-tailed)	.688

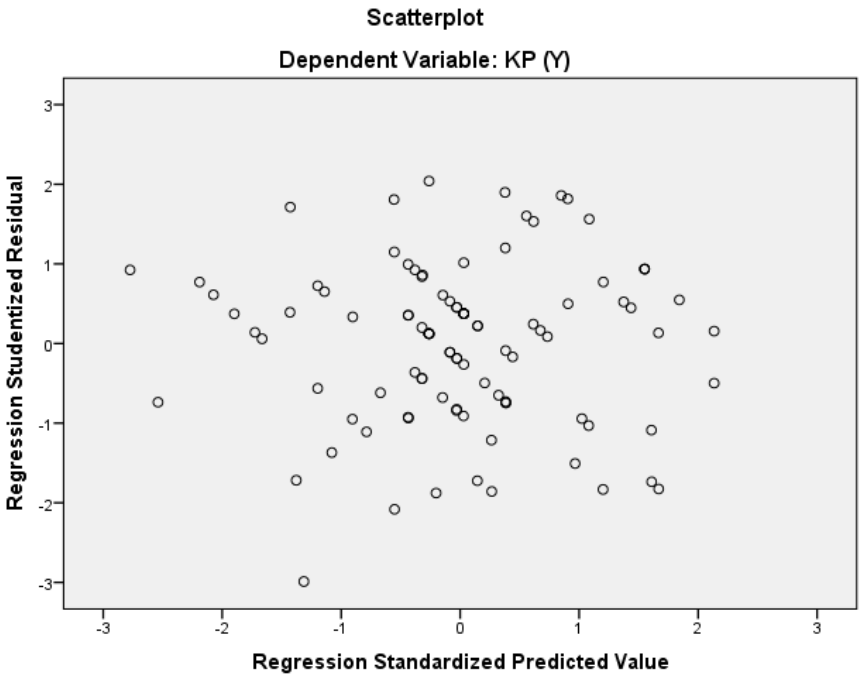
a. Median

Hasil uji autokorelasi menunjukan nilai Runs Test 0,688 (> 0,05) yang artinya tidak ada autokorelasi. Model regresi ini dapat digunakan untuk penelitian dan uji hipotesis.

Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil data yang telah diolah, dapat diketahui nilai spearmean's rho Kualitas Produk 0,963 (> 0,05) dan Potongan Harga 0,968 (>0,05) maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi. Hasil penelitian dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel.

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan output SPSS versi 25, diperoleh persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.982	1.339		-1.480	.142					
	Kualitas Produk	.363	.045	.582	7.982	.000	.754	.630	.488	.701	1.426
	Potongan Harga	.241	.056	.314	4.309	.000	.633	.401	.263	.701	1.426

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil SPSS versi 25 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Y= 1,982 + 0,363X1 + 0,241X2 + e

Interpretasi:

a. Konstanta sebesar 1,982 menunjukan bahwa tidak terjadi peningkatan dalam variabel Kualitas Produk dan Potongan Harga, maka Keputusan Pembelian sebesar 1,982.
b. Koefisien regresi Kualitas Produk (X1) sebesar 0,363 artinya setiap kenaikan 1 satuan Kualitas Produk makan akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,363 satuan. Sebaliknya setiap penurunan 1 satuan Kualitas Produk maka akan menurunkan Keputusan Pembelian sebesar 0,363
c. Koefisien regresi Potongan Harga (X2) sebesar 0,241 artinya setiap kenaikan 1 satuan Potongan Harga makan akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,241 satuan. Sebaliknya setiap penurunan 1 satuan Potongan Harga maka akan menurunkan Keputusan Pembelian sebesar 0,241.

Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.799[a]	.638	.631	1.57262	.638	85.491	2	97	.000	2.017

a. Predictors: (Constant), Potongan Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan output SPSS diketahui bahwa nilai korelasi simultan Kualitas Produk dan Potongan Harga dengan Keputusan Pembelian sebesar 0,799. Nilai korelasi tersebut termasuk dalam kategori kuat. Nilai korelasi Kualitas Produk dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai positif artinya Kualitas Produk meningkat dan Potongan Harga meningkat maka dapat meningkatkan Keputusan Pembelian juga. Sebaliknya, Kualitas Produk menurun dan Potongan Harga menurun maka Keputusan Pembelian menurun juga.

Berdasarkan output SPSS, nilai R-Square adalah sebesar 0,638 atau 63,8% artinya besarnya pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga secara simultan sebesar 63,8% terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 36,2% merupakan faktor lain atau pengaruh dari faktor lain.

Berdasarkan output SPSS, nilai Sig.F sebesar 0,000 < 0,05, artinya Ha diterima (Ho ditolak) sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Potongan Harga secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 14. Hasil Uji Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	422.857	2	211.429	85.491	.000[b]
	Residual	239.893	97	2.473		
	Total	662.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Potongan Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan output SPSS, nilai Sig.F sebesar 0,000 < 0,05 dan F hitung sebesar 85.491 > 3.09, artinya Ha diterima Ho ditolak, artinya secara bersama-sama Kualitas Produk dan Potongan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Alfi Masruroh (2020), bahwa Kualitas Produk dan Potongan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 15. Hasil Uji Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.982	1.339		-1.480	.142					
	Kualitas Produk	.363	.045	.582	7.982	.000	.754	.630	.488	.701	1.426
	Potongan Harga	.241	.056	.314	4.309	.000	.633	.401	.263	.701	1.426

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian sebesar 0,630 yang menunjukan terdapat hubungan yang kuat. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif yang mengandung arti bahwa Kualitas Produk akan meningkatkan Keputusan Pembelian. Maka besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara parsial adalah sebesar 39,69% [Kd = (0,630)2 x 100%]

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dilihat dengan cara membandingkan tingkat signifikannya. Hasil perhitungan Kualitas Produk mempunyai nilai probabilitas sebesar 0,000 < sig. 0,05.

Dengan demikian Ha diterima (Ho ditolak), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Aby Manyu (2022) bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:19) bahwa Kualitas Produk merupakan suatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki dan digunakan atau dikonsumsi yang bisa memuaskan atau memenuhi keinginan.

Pengaruh Potongan Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji parsial dapat dilihat pada hasil tabel dibawah ini:

Tabel 16. Hasil Uji Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.982	1.339		-1.480	.142					
	Kualitas Produk	.363	.045	.582	7.982	.000	.754	.630	.488	.701	1.426
	Potongan Harga	.241	.056	.314	4.309	.000	.633	.401	.263	.701	1.426

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi antara Potongan Harga dengan Keputusan Pembelian sebesar 0,401 yang menunjukan terdapat hubungan yang cukup kuat. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif yang mengandung arti bahwa Potongan Harga akan meningkatkan Keputusan Pembelian. Maka besar pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian secara parsial adalah sebesar 16,08% [Kd = (0,401)2 x 100%].

Tingkat signifikan pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian dapat diketahui dengan cara membandingkan tingkat signifikannya. Hasil perhitungan Potongan Harga mempunyai nilai probabilitas sebesar 0,000 < sig. 0,05.

Dengan demikian Ha diterima (Ho ditolak), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hal ini didukung oleh penelitian Fitri Nur Anggraini (2020) bahwa Potongan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Menurut Paul dan Olson (2014:256) bahwa Potongan Harga melibatkan rencana jangka panjang untuk menurunkan harga secara sitematis menganalkan produk dengan harga tertinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis, maka penulis dapat menarik simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk di Wendy's Transmart Tasikmalaya memiliki kriteria yang baik, namun secara keseluruhan masih perlu ditingkatkan dalam hal ketahanan produk dan kesesuaian harga dengan kualitas produk yang disajikan. Potongan harga di Wendy's Transmart Tasikmalaya memiliki kriteria baik terutama dalam hal periode waktu yang panjang, namun secara keseluruhan masih perlu ditingkatkan dalam hal banyaknya potongan harga yang diberikan sebanding dengan banyaknya pembelian produk dan besarnya potongan harga tersebut. Keputusan Pembelian di Wendy's Transmart Tasikmalaya memiliki kriteria baik terutama dalam hal pelayanan yang telah memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga meningkatkan keputusan pembelian konsumen, namun secara keseluruhan masih perlu meningkatkan dalam hal ciri khas produk yang dapat menjadi kelebihan dibandingkan dengan restoran lain.
2. Kualitas Produk dan Potongan Harga secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
4. Potongan Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan setelah menganalisis hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian produk Wendy's Transmart Tasikmalaya yang diambil dari skor terendah pada indikator tiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan skor terendah dari variabel Kualitas Produk terdapat pada Produk Wendy's Transmart Tasikmalaya dapat tahan dalam suhu ruangan lebih dari setengah hari. Pada hal ini perusahaan harus lebih memperhatikan dalam hal ketahanan produk dan kesuaian harga pada perusahaan Wendy's Transmart Tasikmalaya agar berjalan dengan maksimal.
2. Berdasarkan skor terendah dari variabel Potongan Harga terdapat pada Wendy's memberikan potongan harga ketika konsumen membeli dalam jumlah banyak. Pada hal ini perusahaan harus

lebih memperhatikan dan di tingkatkan dalam hal banyaknya potongan harga yang diberikan sebanding dengan banyaknya pembelian produk dan besarnya potongan harga tersebut.

3. Berdasarkan skor terendah dari variabel Keputusan Pembelian terdapat pada produk Wendy's mempunyai kelebihan dibandingkan restoran lain. Pada hal ini perusahaan harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang meningkatkan Keputusan Pembelian pada konsumen dan ditingkatkan dalam hal ciri khas produk yang dapat menjadi kelebihan dibandingkan dengan restoran lain.
4. Saran bagi peneliti, dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran atau tolak ukur yang mendukung penelitian selanjutnya dan lebih baik dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Achamadi, A & Narbuko. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif.* Bandung: CV Putaka Setia.

Kotler, P., & Kevin L., K. (2012). *Marketing Management.* New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius, V. (2018). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *6*(1), 30-44.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta. CV.