

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BENSIN PREMIUM

(Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Turi)  
*THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON THE  
PURCHASE DECISION OF PREMIUM GASOLINE  
(Case Study of the Turi District Community)*

*Siti Rohanah*

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen  
sitirohanah0474@gmail.com

---

**Website:**

---

**Abstrak**

---

**Kata Kunci:**

*Harga, Kualitas Produk,  
Keputusan Pembelian*

---

Tujuan riset ini yakni supaya dapat mengenali secara parsial, simultan dan mana variabel yang dominan dalam pengaruh harga serta kualitas produk pada keputusan pembelian produk bensin premium di warga Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan. Periset mengenakan sampel sebesar 100 responden. Serta buat pengambilan sampel yang dipakai yakni *simple random sampling*. Sedangkan metode pengumpulan informasi yang dipakai yakni kuesioner, wawancara, observasi serta riset kepustakaan, sedangkan analisis data yang dipakai oleh periset yakni mengenakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, korelasi berganda, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Dari riset ini memperlihatkan kalau hasil nilai uji t variabel harga serta kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial pada keputusan pembelian produk bensin premium. Dari nilai uji F menampilkan kalau variabel harga serta kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan pada keputusan pembelian produk bensin premium. Dari persamaan regresi linear berganda memperoleh nilai variabel harga ialah variabel yang dominan pada keputusan pembelian dalam produk bensin premium.

---

**Keywords:** *Price, Product  
Quality, Purchase  
Decision*

---

**Abstract**

---

*The purpose of this research is to be able to identify partially, simultaneously and*

---

*which variables are dominant in the influence of price and product quality on purchasing decisions for premium gasoline products in the residents of Turi District, Lamongan Regency. Researchers used a sample of 100 respondents. And for the sampling used, namely simple random sampling. While the information collection methods used are questionnaires, interviews, observations and library research, while the data analysis used by researchers is using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple correlations, multiple linear regression, coefficient of determination, t test and F test. .*

**Alamat Kantor:**

*This research shows that the results of the t-test value of the price and product quality variables have a significant partial effect on purchasing decisions for premium gasoline products. The F test value shows that the price and product quality variables have a significant simultaneous effect on purchasing decisions for premium gasoline products. From the multiple linear regression equation, the value of the price variable is the dominant variable in purchasing decisions in premium gasoline products.*

---

**PENDAHULUAN**

Di zaman teknologi sekarang, terjadi banyak pengembangan prasarana yang mendukung sebuah proses bisnis untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kotler dan Keller (2016:179), mengemukakan bahwa perilaku konsumen ialah ulasan seseorang, organisasi, maupun sekelompok orang untuk memakai, memilih serta membeli produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Bahan bakar minyak jenis premium adalah bahan bakar yang mempunyai warna kuning. Warna kuning itu diperoleh dari zat tambahan. Tingkat pembelian bahan bakar minyak jenis premium semakin meningkat pada tahun 2020. Peningkatan ini diperoleh karena banyak masyarakat Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan yang berpindah alih menggunakan BBM jenis premium dimasa Covid-19.

Kotler dan Keller (2016:63) mengemukakan bahwa “bauran pemasaran ialah alat yang dipakai oleh industry agar memperoleh

Siti Rohanah,

tujuan sasarnnya, alat pemasaran tersebut dibagi jadi 4 elemen yang dikenal dengan “4 P” ialah Produk, harga, tempat, serta promosi

Dengan demikian faktor yang pertama yaitu faktor harga, Kotler dan Amstrong (2016:116), mengemukakan harga ialah sekumpulan uang yang diberikan kepada penjual agar pembeli dapat memperoleh produk yang diinginkan.

Untuk faktor kedua yaitu kualitas produk, Kotler dan Amstrong (2016:35), menjelaskan kualitas produk merupakan kebiasaan sebuah produk agar melakukan tugasnya, yang terdiri dari waktu tahan produk, perbaikan produk serta ketepatan.

Untuk perkembangan selanjutnya, konsumen merupakan faktor yang dipakai untuk menentukan berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan dalam menjual produknya. Tjiptono (2015, 25), mengemukakan bahwa keputusan pembelian konsumen ialah pilihan satu perlakuanantara dua bahkan lebih pilihan lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini ialah sebuah riset yang memakai metode kuantitatif. Riset ini mengambil 100 orang responden dan untuk pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan penelitian kepustakaan, serta metode analisis yang dipakai untukriset ini yaitu memakai uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, korelasi berganda, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Uji validitas**

Menurut Sugiyono (2016:176), yang dimaksud dengan validitas adalah “apabila pertanyaan dikatakan valid jika dapat memperlihatkan alat ukur yang dipakai agarmemperoleh data itu valid sehingga valid artinya pertanyaanitubisa dipakai untuk mengukur yang memang semestinya diukur”.

**Tabel 1 Rangkuman Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,783	0,1966	Valid
	X1.2	0,834	0,1966	Valid
	X1.3	0,716	0,1966	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,654	0,1966	Valid
	X2.2	0,624	0,1966	Valid
	X2.3	0,570	0,1966	Valid
	X2.4	0,787	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,798	0,1966	Valid
	Y1.2	0,793	0,1966	Valid
	Y1.3	0,697	0,1966	Valid

Sumber : data primer diolah 2021

Data penelitian uji validitas diatas diperoleh hasil variabel bebas antara lain harga serta kualitas produk, serta variabel terikat yakni keputusan pembelian memperlihatkan bahwa tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  didapatkan r hitung tiap-tiap variabel  $>$  r tabel (0,196). Maka bisa dikatakan tiap-tiap pertanyaan adalah valid.

## 2. Uji reliabilitas

Sugiyono (2016:193) menjelaskan bahwa uji reliabilitas ialah sebuah uji yang dipakai untuk menentukan ketepatan serta kehandalannya. Peneliti memakai SPSS versi 26 untuk melihat nilai *Alpha cronbach*.

**Tabel 2 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Status
Harga	0,676	Reliabel
Kualitas Produk	0,681	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,703	Reliabel

Sumber : data primer diolah 2021

Dari data tersebut bisa dilihat nilai uji reliabilitas variabel yang dipakai untuk penelitian ini didapat nilai *cronbach's alpha* yang  $>$  0,60, makabisa dikatakan kausemua pertanyaan untuk tiap variabel dikatakan reliabel.

## 3. Uji asumsi klasik

Regresi yang bagus yakni model regresi yang dipenuhi seluruh uji asumsi klasik, yakni data yang berjalan normal, bebas dari autokorelasi, heteroskedastisitas serta tidak terdapatnya multikolonieritas.

### a) Uji normalitas

Ghozali (2016:154), mengemukakan kalau uji normalitas dipakai buat mengenali apa yang terdapat di dalam model regresi dari variabel bebas serta variabel terikat yang berdistribusi secara normal ataupun tidak.

Dari data penelitian diperoleh hasil nilai uji normalitas yang bisa diketahui seluruh variabel mempunyai nilai signifikan  $> 0,05$  yaitu 0,189, hingga bisa disimpulkan kalau data tersebut berdistribusi normal.

**b) Uji multikolinearitas**

Ghozali (2016:103), mengemukakan kalau pengujian multikolinearitas dipakai agar bisa melihat tingginya interkorelasi terhadap variabel independen.

Dari data hasil penelitian memperlihatkan bahwa hasil nilai VIF dalam variabel harga sebanyak 3,637 dan kualitas produk sebanyak 2,297  $< 10$  sedangkan nilai tolerance dalam variabel harga sebanyak 0,275, dan kualitas produk sebanyak 0,435  $> 0,1$  atau 10% yang dapat dikatakan tidak terdapat korelasi antar variabel bebas, maka bisa disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinear sesama variabel.

**c) Uji heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan agar dilihat apakah terdapat variabel yang menjadi pengganggu serta memiliki berbagai macam yang sama atau tidak.

Dari data penelitian diperoleh hasil uji heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa titik-titiknyanya menyebar random, maka bisa disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**4. Korelasi berganda**

Korelasi berganda merupakan sesuatu yang memperlihatkan kuatnya suatu ikatan sesama dua variabel bebas secara bersama ataupun lebih dengan satu variabel terikat.

**Tabel 3 Hasil Korelasi Berganda Model Summary<sup>b</sup>**

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	.841 <sup>a</sup>	.706	.697	.915	.706	77.023	3	96	.000	2.184

Sumber : Data Diolah Dari SPSS Versi 26

Data hasil penelitian diatas memperlihatkan bahwa nilai perhitungan analisa korelasi yang didapatkan angka R sebanyak 0,841 bahwa variabel harga serta kualitas produk mempunyai ikatan yang “sangat kuat” dimana nilai interval keofisien terletak antara 0,80 – 0,1000.

**5. Regresi linear berganda**

Agar dapat mengetahui berapa besar pengaruh secara kuantitatif dari variabel bebas ke variabel terikat

**Tabel 4 Hasil Regresi Linear Berganda Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.319	.661		1.996	.049		
	HARGA	.327	.092	.373	3.537	.001	.275	3.637
	KUALITAS PRODUK	.240	.080	.251	2.998	.003	.435	2.297

Sumber : Data Diolah Dari SPSS Versi 26

$$Y = 1,319 + 0,327 X_1 + 0,240 X_2$$

Dari kesamaan garis regresi linear berganda bisa diartikan:

- a. Konstanta (α) sebesar 1,319 menunjukkan besarnya yang mempengaruhi variabel bebas antara lain harga serta kualitas produk pada keputusan pembelian artinya apabila variabel bebas tersebut konstanta, (  $X_1$ , dan  $X_2 = 0$  ) sehingga bisa disimpulkan bahwa keputusan pembelian sebesar 1,319.
- b.  $b_1 = 0,327$ , menjelaskan apabila harga ( $X_1$ ) sebesar 0,327 artinya apabila harga produk naik sebanyak 1 satuan sehingga bisa dikatakan keputusan pembelian akan meningkat 0, 327 sebesar

Siti Rohanah,

dengan dugaan bahwa variabel lain yang mempengaruhi dianggap konstan ( $\alpha_1, X_2=0$ ).

- c.  $b_2 = 0,240$ , menjelaskan bahwa apabila kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar 0,240 yang berarti apabila kualitas produk naik sebanyak satu satuan sehingga bisa dikatakan keputusan pembelian akan meningkat 0,240 dengan dugaan bahwa variabel lain yang mempengaruhi dianggap konstan ( $\alpha_2, X_1=0$ ).

## 6. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi menurut Ghozali (2016:163), adalah alat ukur yang dipakai untuk melihat ketentuan antara nilai asumsi maupun regresi dengan data sampel. Untuk mengetahui nilai  $R^2$  peneliti menggunakan fasilitas SPSS versi 26.

**Tabel 5 Hasil Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

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	.841 <sup>a</sup>	.706	.697	.915	.706	77.023	3	96	.000	2.184

Sumber : Data Diolah Dari SPSS Versi 26

Data penelitian hasil tabel diatas dapat dilihat kalau kontribusi (variabel bebas) ialah harga serta kualitas produk pada (variabel terikat) ialah keputusan pembelian adalah sebanyak 0,706. Maka bisa dikatakan 70,6% variabel terikat ialah keputusan pembelian bisa dipaparkan oleh variabel bebas ialah harga, kualitas produk, serta promosi. Dan lainnya 29,4% keputusan pembelian yang bisa dipaparkan oleh variabel lain.

## 7. Uji t

Menurut (Ghozali, 2016:182), uji t dipakai agar bisa melihat apa variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan pada variabel dependen.

**Tabel 6 Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.319	.661		1.996	.049		
	HARGA	.327	.092	.373	3.537	.001	.275	3.637
	KUALITAS PRODUK	.240	.080	.251	2.998	.003	.435	2.297

Sumber : Data Diolah Dari SPSS Versi 26

Data hasil analisa tersebut bisa dilihat bahwa tiap-tiap variabel independen berpengaruh signifikan pada variabel dependen. Berdasarkan prosedur penilaian uji t memakai uji 2 sisi, maka didapatkan nilai t tabel = 0,025 (96) = 1,984. Dari nilai perhitungan diatas, variabel harga X1 didapat nilai t hitung sebanyak 3,537 > t tabel 1,984. Serta variabel kualitas produk X2 didapat nilai t hitung sebanyak 2,984 > t tabel 1,984, maka bisa disimpulkan kalau variabel harga serta kualitas produk berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

### 8. Uji F

Ghozali (2016:193), mengemukakan kalau uji F dipakai buat mengenali apakah variabel bebas besama-sama memiliki pengaruh pada variabel terikat. Untuk mengetahui nilai F hitung, peneliti menggunakan fasilitas SPSS versi 26.

**Tabel 7 Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	193.463	3	64.488	77.023	.000 <sup>b</sup>
	Residual	80.377	96	.837		
	Total	273.840	99			

Sumber : Data Diolah Dari SPSS Versi 26

Data penelitian hasil tabel diatas memperlihatkan kalau variabel harga serta kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan kepada keputusan pembelian (Y). Maka dengan ini bisa dilihat kalau nilai F hitung (77,023) > F tabel (2,70), serta nilai signifikan < 0,05 yaitu 0,000.

## KESIMPULAN

Dari nilai hasil peneliti di dalam skripsi ini, maka bisa ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Dari nilai uji t (secara parsial) variabel bebas harga menunjukkan nilai t hitung  $3,537 >$  nilai t tabel  $1,984$ , dan variabel kualitas produk yang memiliki nilai t hitung  $2,998 >$  nilai t tabel  $1,984$ , sehingga bisa diartikan variabel harga serta variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial pada keputusan pembelian produk bensin premium di masyarakat Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan.
2. Berdasarkan nilai hasil uji F (secara simultan) yaitu didapatkan nilai F hitung  $(77,023) >$  nilai F tabel  $(2,70)$  serta nilai signifikan  $< 0,05$  yakni  $0,000$ , maka bisa ditarik kesimpulan kalau variabel harga serta variabel kualitas produk memengaruhi secara simultan pada keputusan pembelian produk bensin premium di masyarakat Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan.
3. Berdasarkan kesamaan regresi linear berganda nilai  $Y = 1,319 + 0,327 X_1 + 0,240 X_2$ . Maka hasil analisis regresi linear berganda didapat nilai variabel harga ( $X_1$ ) =  $0,327$  lebih besar dari pada variabel kualitas produk ( $X_2$ ) =  $0,240$ . Maka bisa ditarik kesimpulan kalau variabel harga ( $X_1$ ) ialah variabel yang lebih dominan pada keputusan pembelian ( $Y$ ) produk bensin premium pada masyarakat Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, A. (2018). Hubungan Strategi Promosi dengan Keputusan Pembelian Gadget di Toko Suryaphone Samarinda. *Jurnal Psikoborneo*. Volume 6 No 3;599-608.
- Azizah, L. N. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam

Siti Rohanah,

Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 2(2), 8- Halaman.

Gerung. C. J, Sepang. J, dan Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*. Volume 5 No 2;2221-2229.

Habibah, U, dan Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Volume 1 No 1;31-48

Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Satria Nusantara Jaya. *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*. Volume 05 No 2;141-156.

Kotler, P dan Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran.Jilid 1*, Edisi Kesembilan. Erlangga, Jakarta.

Kotler, P.dan Kevin, L. K. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.

Nurcholidah, Lilik & Sulaeman, Moh Muklis (2021).”Comparative Consumer Preception to Purchase Decision of Drinking Water in Paked”.*Journal of Humanities and Social Studies*. Vol.5 No.3.

Yulia Evi, Nurcholidah Lilik, Riska Kurnia (2021). “Alternative Marketing Strategis of Traditional Drug in Facing the New Normal Era as The Impact of COVID 19. “*Journal of Humaniora and Social Studies*. Vol 5, No 3.

Prasetio, R dan laturette, K. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian pada Bisnis Chepito Tour & Travel. *jurnal manajemen dan start-up bisnis*. Volume 2 No 3;332-341.

Riyono, dan Budihardja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan

Siti Rohanah,

Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*.  
Volume 8 No 2; 92–121.

Sudiartini, N. W. A, Murdani, N. K, dan Noviantari, N. K. (2018-2019).  
Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap  
Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada CV. Fuji Jaya  
Motor Gianjar. *Jurnal Satyagraha*. Volume 01 No 02;1-23

