

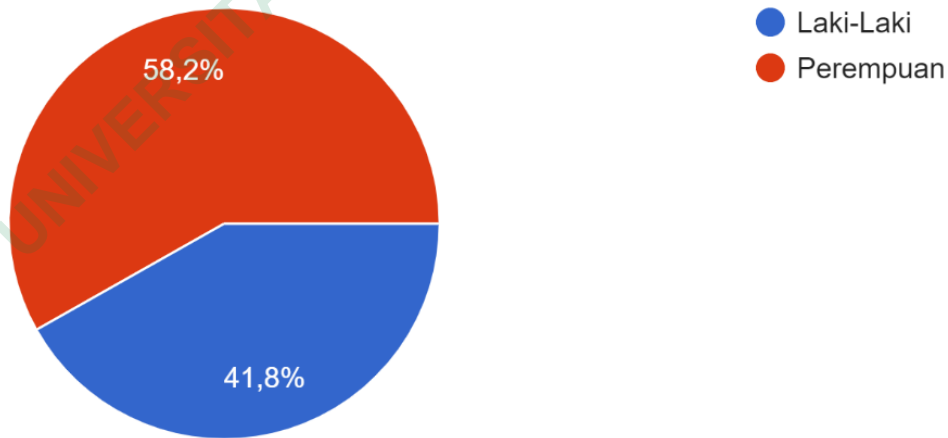
BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Pada pembahasan penelitian berikut disajikan deskripsi data yang telah diperoleh dalam. Data hasil penelitian diperoleh secara langsung dari responden, yaitu dengan angket penelitian mengajukan pernyataan yang telah disiapkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang melakukan pembelian di *J.Co Donuts & Coffee* Jogja City Mall Yogyakarta. Pada penelitian ini menyajikan informasi mengenai keadaan umum responden berdasarkan jenis kelamin, usia, Produk yang dibeli, dan latar belakang pekerjaan responden. Secara lebih jelas disajikan dalam table-tabel dibawah ini :

4.1.1 Jenis Kelamin

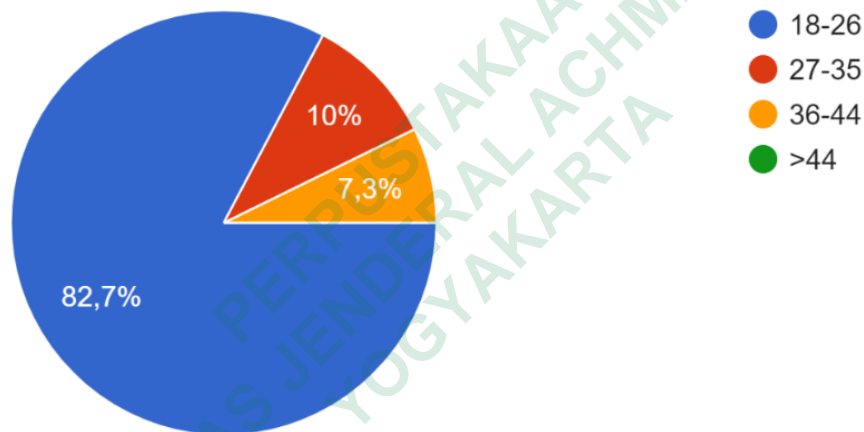


Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan data table diatas diketahui persentase terbesar responden jenis kelamin perempuan yang terlihat lebih banyak yang membeli produk J.Co JCM yogyakarta yaitu 58,2 % yang di bulatkan menjadi 58% atau 58 orang . Sedangkan jenis kelamin perempuan yang sebanyak 41,8 % yang dibulatkan menjadi 42% atau 42 orang .

4.1.2 Umur



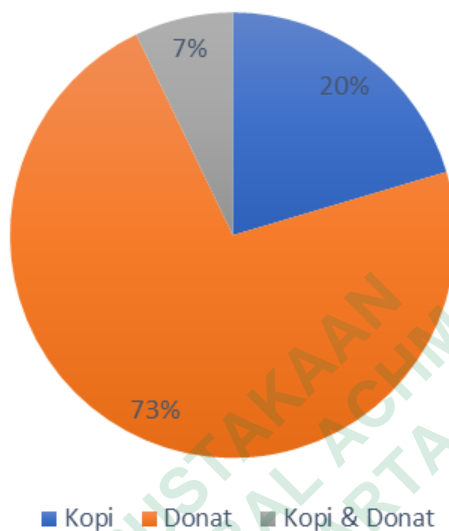
Gambar 4. 2 Umur Responden

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan data table 4.2 diatas diketahui persentase terbesar responden berumur 18-26 tahun yang terlihat lebih banyak yang membeli produk J.Co JCM yogyakarta yaitu 82,7 % yang di bulatkan menjadi 83% atau 83 orang . Sedangkan responden berumur 27-35 tahun sebanyak 10% atau 10 orang, paling sedikit responden berumur 36-44 tahun sebanyak 7,3% yang dibulatkan menjadi 7% atau 7

orang, dan tidak ada responden berusia diatas 44 tahun.

4.1.3 Produk

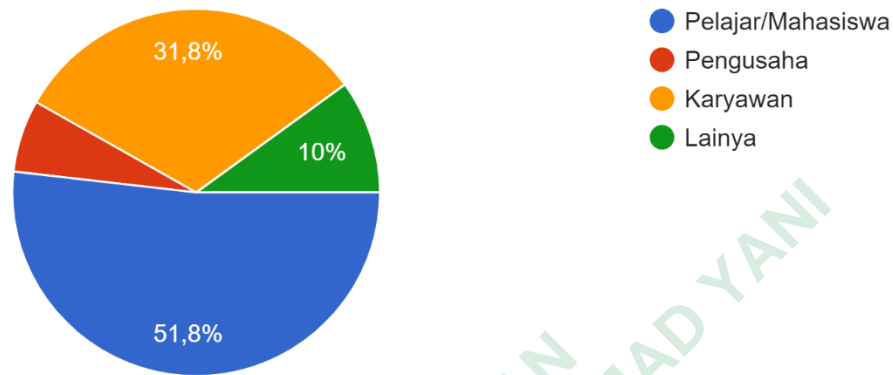


Gambar 4. 3 Produk Yang Dibeli

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan data tabel 4.3 diatas diketahui persentase terbesar responden memilih membeli produk donat dengan total yaitu 73% atau 73 orang . Sedangkan responden yang memilih membeli kopi sebanyak 20 % atau 24 orang. Dan jumlah responden yang memilih membeli kopi dan donat sebanyak 7% atau 7 orang dari tootal 100 orang.

4.1.4 Pekerjaan



Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan data tabel 4.4 diketahui persentase terbesar responden pelajar/mahasiswa yang terlihat lebih banyak yang membeli produk J.Co JCM yogyakarta yaitu 51,8 % yang di bulatkan menjadi 52% atau 52 orang . Sedangkan responden yang bekerja sebagai karyawan sebanyak 31,8% dibulatkan menjadi 32% atau 32 orang, kemudian responden kategori lainnya sebanyak 10% atau 10 orang, dan sissanya responden yang bekerja sebagai pengusaha sebesar 6% atau 6 orang.

4.2 Pengujian Hipotesis

4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Untuk mengkategorikan kecenderungan jawaban responden kedalam skala dengan formulasi sebagai berikut:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Lebar Skala = $5 - 1/5 = 0,8$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Tafsiran Nilai Rata-Rata Responden

Interval	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat tinggi

Sumber: Husein Umar (2011 : 130)

Berikut hasil uji statistik deskriptif yang penulis lakukan menggunakan SPSS kepada seluruh variabel, yaitu:

1. Uji Statistik Deskriptif variabel X1

Tabel 4. 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X1

No.	Pertanyaan Variabel X1	Rata-rata	Keterangan
1.	Produk J.Co Donuts & Coffee memiliki kualitas yang bagus	4.15	Tinggi
2.	Produk J.Co Donuts & Coffee memiliki tampilan yang menarik	4.26	Sangat Tinggi
3.	Produk J.Co Donuts & Coffee memiliki kemasan yang rapi	4.26	Sangat Tinggi

No.	Pertanyaan Variabel X1	Rata-rata	Keterangan
4.	Ukuran produk J.Co Donuts & Coffee dapat diterima dengan kualitas yang baik sesuai harga	3.95	Tinggi
5.	Produk J.Co Donuts & Coffee mampu bertahan lebih dari dari 2 hari	3.54	Tinggi
Total		4.03	Tinggi

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa *mean* atau nilai rata-rata dari setiap item pertanyaan kuesioner variabel X1 adalah 4.03 dimana nilai tersebut berada di interval 3,41 – 4,20 dengan kategori tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada item pertanyaan ke 2 “Produk J.Co Donuts & Coffee memiliki tampilan yang menarik” dan 3 “Produk J.Co Donuts & Coffee memiliki kemasan yang rapi” dengan nilai sebesar 4.26 yang termasuk kategori sangat tinggi. Dari hasil uji dapat diketahui bahwa memang produk J.Co memiliki tampilan yang menarik dan rapi.

2. Uji Statistik Deskriptif Variabel X2

Tabel 4. 3
Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X2

No.	Pertanyaan Variabel X2	Rata-rata	Keterangan
1.	Harga yang ditawarkan J.Co Donuts & Coffee terjangkau	3.42	Tinggi
2.	Harga produk J.Co Donuts & Coffee sesuai dengan kualitasnya	4.01	Tinggi

No.	Pertanyaan Variabel X2	Rata-rata	Keterangan
3.	Harga produk J.Co Donuts & Coffee dapat bersaing dengan produk serupa di pasar	3.84	Tinggi
4.	Harga produk J.Co Donuts & Coffee sesuai dengan manfaat yang dirasakan	3.85	Tinggi
Total		3.78	Tinggi

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa *mean* atau nilai rata-rata dari setiap item pertanyaan kuesioner variabel X1 adalah 3.78 dimana nilai tersebut berada di interval 3,41 – 4,20 dengan kategori tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada item pertanyaan ke 2 “Harga produk J.Co Donuts & Coffee sesuai dengan kualitasnya” dengan nilai sebesar 4.01 yang termasuk kategori tinggi. Dari hasil uji dapat diketahui bahwa memang harga produk J.Co sesuai dengan kualitas produk nya.

3. Uji Statistik Deskriptif Variabel Y

Tabel 4. 4

Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y

No.	Pertanyaan Variabel Y	Rata-rata	Keterangan
1.	Produk dari J.Co Donuts & Coffee sesuai dengan apa yang saya inginkan	3.96	Tinggi
2.	Adanya kebutuhan atas produk J.Co Donuts & Coffee membuat saya berusaha mencari informasi tentang J.Co Donuts & Coffee	3.53	Tinggi

No.	Pertanyaan Variabel Y	Rata-rata	Keterangan
3.	Saya memutuskan membeli produk J.Co Donuts & Coffee berdasarkan pengalaman orang lain	3.44	Tinggi
4.	Saya merasa puas dengan produk J.Co Donuts & Coffee dan ingin melakukan pembelian ulang	4.02	Tinggi
5.	Saya memutuskan membeli produk J.Co Donuts & Coffee berdasarkan pengalaman pribadi saya	4.04	Tinggi
6.	Deskripsi produk yang ditampilkan oleh J.Co Donuts & Coffee dapat saya pahami	4.10	Tinggi
Total		3.84	Tinggi

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa *mean* atau nilai rata-rata dari setiap item pertanyaan kuesioner variabel X1 adalah 3.84 dimana nilai tersebut berada di interval 3,41 – 4,20 dengan kategori tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada item pertanyaan ke 6 “Deskripsi produk yang ditampilkan oleh J.Co Donuts & Coffee dapat saya pahami” dengan nilai sebesar 4.10 yang termasuk kategori tinggi. Dari hasil uji dapat diketahui bahwa J.Co dapat memberikan penjelasan mengenai produknya kepada konsumen dengan baik dan mudah dipahami..

4.2.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner menurut Sugiyono (2019). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Correlated Item Total Correlation, kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya

pertanyaan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 2.5 Tingkat Kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$),
- 2.6 Jumlah Responden sebanyak 30 responden untuk pra uji,
- 2.7 rhitung (tabel corrected item total correlation) > rtabel (tabel product moment) atau bernilai positif maka data dikatakan valid.

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil uji validitas dari variabel kualitas produk, variabel harga, dan variabel keputusan pembelian konsumen pada J.Co *Donuts & Coffee* Jogja City Mall Yogyakarta dengan sampel 100 responden.

1. Uji Validitas Variabel X1

Tabel 4. 5

Hasil Uji Validitas Variabel X1

Variabel	Item	R hitung	R table	Hasil
Kualitas Produk (X1)	X11	0,844	0,1946	Valid
	X12	0,841	0,1946	Valid
	X13	0,849	0,1946	Valid
	X14	0,875	0,1946	Valid
	X15	0,594	0,1946	Valid

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan table 4.5 diketahui bahwa seluruh item variabel X1 (Kualitas Produk), memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner pada variabel X1 adalah valid.

2. Uji Validitas Variabel X2

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas variabel X2

Variabel	Item	R hitung	R table	Hasil
Harga (X2)	X21	0,769	0,1946	Valid
	X22	0,830	0,1946	Valid
	X23	0,812	0,1946	Valid
	X24	0,826	0,1946	Valid

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan table 4.6 diketahui bahwa seluruh item variabel X2 (Harga), memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner pada variabel X2 adalah valid.

3. Uji Validitas Variabel Y

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas Y

Variabel	Item	R hitung	R table	Hasil
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,793	0,1946	Valid
	Y2	0,778	0,1946	Valid
	Y3	0,544	0,1946	Valid
	Y4	0,786	0,1946	Valid
	Y5	0,635	0,1946	Valid
	Y6	0,748	0,1946	Valid

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan table 4.7 diketahui bahwa seluruh item variabel X2 (Harga), memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner pada variabel Y adalah valid.

4.2.3 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah *Cronbach's Alpha* (α). Dalam bukunya Sujarweni, (2014:193), menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket atau kuesioner penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika Nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika Nilai *Cronbach's Alpha* < 0.60 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Adapun hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan analisis SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Hasil
X1	5	0,864	0,60	Reliabel
X2	4	0,859	0,60	Reliabel

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Hasil
Y	6	0,796	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian variabel X1, X2, dan Y dengan menggunakan SPSS versi 25, seluruh nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,60 yang berarti reliabel. Dimana hasil *Cronbach's Alpha* pada variabel X1 (Kualitas Produk) sebesar $0,864 > 0,60$. *Cronbach's Alpha* pada variabel X2 (Harga) sebesar $0,859 > 0,60$. Dan hasil *Cronbach's Alpha* pada variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar $0,796 > 0,60$.

4.2.4 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Sugiyono (2018:15). Dalam uji normalitas terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas menggunakan analisis grafik dan analisis statistik. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Berikut hasil Uji Normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* yaitu:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.04386424
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.048
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov pada tabel 4.9, dapat diketahui bahwa nilai *unstandardized residual* memiliki nilai *asymp.sig. (2-tailed)* $0,20 > 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa data terdistribusi dengan normal, karena nilai signifikansi (*2-tailed*) lebih besar dari pada nilai alpha

4.2.5 Analisis Regresi Berganda

Pengujian persyaratan analisis klasik dasar regresi yang telah dilakukan sebelumnya memberikan hasil bahwa variabel-variabel yang terlibat di dalamnya memenuhi kualifikasi persyaratan dan asumsi klasik tersebut. Menurut Ghozali (2018). Penelitian ini dilanjutkan dengan melakukan pengujian signifikansi model dan interpretasi model regresi

Tabel 4. 10
Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.653	1.210		3.018	.003
	KULAITAS PRODUK	.457	.077	.414	5.964	.000
	HARGA	.671	.091	.512	7.377	.000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e$$

$$Y = 3.653 + 0,457(X1) + 0,671(X2) + e$$

Diketahui bahwa a sebesar 3.653 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel loyalitas konsumen belum dipengaruhi oleh variabel lainnya, yaitu variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,457 dan Harga (X2) sebesar 0,671.

Nilai koefisien regresi X1 (b1) sebesar 0,457 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini

berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Kualitas Produk maka akan menambah keputusan pembelian sebesar 0,457.

Sedangkan nilai koefisien regresi X2 (b2) sebesar 0,671 menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Harga maka akan menambah keputusan pembelian sebesar 0,671.

4.2.6 Uji Parsial (t)

Dengan menggunakan ambang batas signifikan 0,05, pengaruh parsial (individual) dari variabel independen terhadap variabel dependen dapat diuji dengan menggunakan uji-t ini. Menurut Ghazali (2013:98), Variabel bebas memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel terikat jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, dan sebaliknya.

Tabel 4. 11
hasil Uji Parsial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.653	1.210		3.018	.003
	KULAITAS PRODUK	.457	.077	.414	5.964	.000
	HARGA	.671	.091	.512	7.377	.000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan table 4.11 diketahui bahwa signifikansi pada Kualitas Produk sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Dan nilai signifikansi pada harga sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen.

Diketahui nilai t_{tabel} dengan responden sebanyak 100 dan alpha 5% yaitu 1.98397. Dengan nilai t_{hitung} X1 sebesar $5.964 > \text{nilai } t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 diterima. Kemudian nilai t_{hitung} X2 sebesar $7.377 > \text{nilai } t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_2 diterima

4.2.7 Uji Simultan (f)

Uji F Menurut Ghozali (2018:98), digunakan untuk melihat apakah faktor-faktor independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 dan tarafnya 0,5 atau 5%, maka dapat diasumsikan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Simultan (f)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1153.656	2	576.828	135.550	.000 ^b
	Residual	455.335	107	4.255		
	Total	1608.991	109			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
b. Predictors: (Constant), HARGA, KULAITAS PRODUK

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Selain itu, diketahui bahwa nilai f tabel dengan jumlah 100 responden, jumlah variabel 2, dan alpha 5% adalah 3.938, maka diketahui f hitung sebesar $135.550 > 3.938$. Dari perhitungan SPSS tersebut, menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 dalam penelitian secara bersamaan (simultan) berpengaruh terhadap variabel Y, yang berarti bahwa H3 diterima dan Ho ditolak.

4.2.8 Uji Determinansi Koefisien (R²)

Uji koefisien determinasi Menurut Ghozali (2018), untuk mengukur kemampuan Kualitas Produk dan Harga dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Semakin besar R² maka estimasi regresi linier semakin banyak digunakan sebagai prediksi, karena variabilitas perubahan variabel dependen yaitu loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh perubahan Kualitas Produk dan Harga. Jika nilai R² mendekati satu, maka perhitungan yang dilakukan dianggap ampuh dalam menjelaskan Kualitas Produk dan Harga dengan keputusan pembelian.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Koefisien Determinansi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.717	.712	2.063
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK				
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN				

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui koefisien determinasi yang disesuaikan atau R Square (R^2) sebesar 0,717. Hasil ini berarti variabel independen meliputi Kualitas Produk dan Harga dapat mempengaruhi sebesar 71.1% terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian, sedangkan sisanya 28.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini

4.3 Pembahasan

Kualitas produk adalah suatu kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk tumbuh. Dari hasil penelitian dan pengujian dengan menggunakan SPSS di ketahui bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anik Ariyanti dan Rochmad Fadjar Darmanto dengan judul Kualitas Produk, Harga Dan Ekuitas Merek Berpengaruh Terhadap

Keputusan Pembelian Di J.Co Donuts & Coffee Metropolitan Mall Bekasi. Hasil penelitian ini adalah Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di J.Co Donuts & Coffee Metropolitan Mall Bekasi.

Harga merupakan komponen bauran pemasaran yang terkait erat dengan jumlah pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan-dorongan atau motif-motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan. Dari hasil perhitungan disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen J.Co *Donuts & Coffee* di Jogja City Mall Yogyakarta. Sehingga di Tarik kesimpulan bahwan Ho ditolak dan H2 di terima.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kenly Hermanto dan Irvan Cahyadi dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Fast Food Ayam Goreng Tepung Di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. Penelitian ini memiliki hasil yaitu Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang Produk *fast food* ayam goreng tepung di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Petra.

Kemudian, secara bersamaan kualitas produk dan harga dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang sama terhadap keputusan pembelian konsumen. Dimana secara simultan kualitas produk dan harga sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga disimpulkan bahwa Ho di tolak dan H3 di terima. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sagala, Ruth Marselina

dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di J.Co *Donuts & Coffee* Plaza Medan Fair (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan). Hasil penelitian ini adalah semua variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga mempunyai hubungan positif terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Dari hasil perhitungan Uji t (Parsial) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,510 > 1,989$) dengan signifikan sebesar $0.000 < 0,05$ yang menunjukkan kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.