

PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAAN PADA RESTORAN SHUKAKU DI KOTA GARUT

Agil Erdiansyah¹, Ramayani Yusuf^{2,*}, Rohimat Nur Hasan³

¹Fakultas Ekonomi Universitas Garut, Garut, Indonesia

²Fakultas Ekonomi Universitas Garut, Garut, Indonesia

³Fakultas Ekonomi Universitas Garut, Garut, Indonesia

Email: (¹24023120070@fekon.uniga.ac.id, ²ramayani.yusuf@poljan.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada restoran Shukaku di kota Garut. Untuk teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling, dengan jenis metode accidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert yang masing-masing sudah diuji coba dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian pada analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel harga secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 178.031 dengan Nilai Sig, yaitu sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi kurang dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,1$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: harga, keputusan pembelian

Abstract

This study aims to determine the partial effect of price on purchasing decisions at Shukaku restaurants in the city of Garut. For the sampling technique using nonprobability sampling, with the type of accidental sampling method. The data collection technique uses a questionnaire with a Likert scale, each of which has been tested and meets the requirements of validity and reliability. The data analysis technique used in this study is simple linear regression. The results of the research on simple linear regression analysis show that the price variable simultaneously has a positive influence on purchasing decisions. This can be proven from the calculated F value of 178.031 with a Sig value of 0.000, meaning that the significance value is less than the probability value ($0.000 < 0.1$) so that it can be concluded that the price has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: price, buying decision

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman membawa perubahan pada gaya hidup (*life style*), pola hidup (*life term*) dan kebutuhan (*needs*) masyarakat (Istanti, 2019). Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Kotler, 2011:31). Saat ini industri yang bergerak pada bidang makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh manusia (Maksum &

Satrio, 2018). Untuk dapat bertahan, berkembang dan bersaing, pengelola bisnis pada bidang makanan ini dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan misalnya dari segi harga untuk memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan dalam bisnis (Hardiansyah et al., 2019). Di zaman modern ini juga dengan persaingan semakin ketat membuat pembisnis harus memiliki strategi yang baik dalam memenuhi kebutuhan konsumen untuk dapat bersaing memasarkan produknya. Perusahaan harus mampu merancang strategi yang tepat dalam memasarkan produknya (Mamonto et al., 2021).

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah harga. dalam mengambil keputusan pembelian konsumen memilih harga, harga sebagai salah satu atribut yang dapat diartikan bahwa harga adalah konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi konsumen tergantung karakteristik pada konsumen itu sendiri (Prastika & Harti, 2017). Harga juga merupakan nilai tertentu yang harus dibayar atas nilai suatu produk atau jasa yang telah dibeli atau digunakan (Santoso, 2016). Tidak jarang konsumen rela berkorban dengan memilih restoran yang harganya relatif mahal demi mendapatkan kualitas yang sesuai dengan yang diharapkan. Tinggi rendahnya harga yang ditawarkan kepada konsumen merupakan bahan yang harus di pertimbangkan karena akan mempengaruhi keputusan pembelian. Penetapan harga juga harus disesuaikan dengan perekonomian konsumen agar dapat melakukan keputusan pembelian (Ratnasari & Harti, 2016).

Keputusan pembelian menjadi suatu hal penting untuk diperhatikan karena hal ini dapat menjadi suatu pertimbangan mengenai bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan dan penentu eksistensi perusahaan (Camelia & Suryoko, 2017). Terjadinya Proses keputusan pembelian secara spesifik menurut Kotler dan Armstrong (2008:179) terdiri dari urutan kejadian seperti adanya: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Ratnasari & Harti, 2016). Setiap konsumen dalam membeli dan mengonsumsi sesuatu akan selalu membuat keputusan terlebih dahulu mengenai barang/jasa apa yang diperlukan, kapan, bagaimana dan dimana proses pembelian atau konsumsi itu akan terjadi. Dengan kata lain, konsumen membutuhkan suatu proses pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu baik barang maupun jasa. Setiap konsumen memiliki sasaran atau kebutuhan yang ingin dicapai atau dipuaskan pada setiap proses pembelian (Dian et al., 2021).

Disetiap daerah di Indonesia pasti terdapat restoran, termasuk di daerah Kabupaten Garut salah satunya yaitu restoran yang bernama Shukaku. Shukaku ini merupakan restoran yang menggunakan konsep unik ala Jepang moderen. Tidak hanya tempatnya saja, menu atau makanan yang di sediakan juga merupakan makanan yang memiliki konsep seperti di negara Jepang dengan harga yang relatif terjangkau. Restoran Shukaku merupakan restoran yang sudah terjamin bersertifikasi halal, jadi konsumen tidak perlu khawatir dan ragu untuk datang menikmati makanan yang segar dan berkualitas. Konsumen juga dapat memesan makanan tambahan yang ada di menu dan bisa mengambil makanan sepuasnya di bar makanan. Di restoran Shukaku ini para konsumen bisa menikmati daging dan banyak menu lainnya. Dengan harga yang relatif terjangkau jika dibandingkan dengan restoran sejenis yang lainnya dan tempat yang nyaman maka hal tersebut menjadi pusat perhatian konsumen untuk mencoba produk makanan di restoran Shukaku. Restoran Shukaku ingin berbeda dari restoran yang sejenis lainnya dan menginginkan pangsa pasar yang menyeluruh, maka dari itu restoran Shukaku selalu memberikan berbagai pelayanan yang menarik dan harga yang relatif terjangkau agar restoran Shukaku dapat diterima di hati konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti mengambil Restoran Shukaku di Garut dikarenakan restoran tersebut menarik untuk di teliti lebih lanjut mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, Penelitian ini akan membahas mengenai **“Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada**

Shukaku Di Kota Garut”

Metode Penelitian

2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2012:144) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut: “Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)” (Nur, 2019). Menurut Supriati (2015:44) pengertian objek penelitian adalah : “Variabel yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian yang dilakukan.” Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa objek penelitian adalah suatu gambaran sasaran ilmiah yang akan dijelaskan untuk mendapatkan informasi dan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun objek penelitian yang penulis akan teliti adalah Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Shukaku di Kota Garut.

2.2 Metode Yang Digunakan

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mencari pengaruh antara variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat). Dengan metode ini diharapkan dapat menjelaskan fenomena yang berdasarkan data dan informasi yang diperoleh. Menurut sugiyono (2009:13) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengambilan sampel dilakukan secara acak, lalu dianalisis secara kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2.3 Sumber Data

Sumber data yang dimaksud pada penelitian ini yaitu merupakan subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut diolah. Pengertian sumber data menurut Suharsimi Arikunto (2013:172) adalah: “Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh”. Sedangkan menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2013:142) sumber data adalah: “Sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data disamping jenis data yang telah dibuat di muka”.

Untuk memperoleh data dan informasi yang mendukung tujuan penelitian penulisan menggunakan data berikut :

1. Data Primer merupakan data yang dikumpulkan dan diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Hardiansyah et al., 2019).
2. Data Sekunder menurut Sugiyono (2019: 193) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumentasi dan literatur.

2.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi Menurut Sugiyono (2017 : 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi untuk penelitian ini adalah pengunjung yang membeli produk makanan dan minuman di Restoran Shukaku kota Garut.

2. Sampel Menurut Sugiyono (2017 : 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel responden dilakukan dengan teknik accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang ditemui tersebut cocok dan sesuai sebagai sumber data.

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2012:142) menyatakan kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Penelitian ini menggunakan kuisisioner untuk mengumpulkan data dari para responden yang telah ditentukan. Tujuan pembuatan kuisisioner untuk memperoleh informasi yang relevan. Kuisisioner ini diberikan kepada pelanggan yang pernah berkunjung ke Restoran Shukaku di kota Garut. Kriteria tersebut ditetapkan dengan pertimbangan bahwa pada penelitian ini variabel yang ingin diketahui pengaruhnya adalah keputusan pembelian (Maksum & Satrio, 2018). Adapun skala yang digunakan peneliti dalam instrument ini adalah skala likert. Skala likert adalah nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan yang dijumlahkan sehingga mencapai nilai total. Skala likert secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian, yaitu :

Tabel 1 Skor Pilihan Jawaban Responden

No	Pilihan	Skor
1	(STS) Sangat Tidak Setuju	5
2	(TS) Tidak Setuju	4
3	(RR) Ragu-Ragu	3
4	(S) Setuju	2
5	(SS) Sangat Setuju	1

2.6 Alat Analisis Data

Alat analisis data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini, menggunakan software SPSS, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan diuji. Data yang disajikan pada penelitian ini adalah semua data yang telah diperoleh dan kemudian diolah oleh aplikasi ini, yang dapat membantu untuk mencari chart, grafik secara sistematis dan relevan.

2.1 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2010: 335), yang dimaksud dengan teknik analisis data adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Biasanya syarat minimum untuk dinyatakan Valid adalah kalau r hitung $> 0,30$. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari $0,30$, maka butir dalam

instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini menguji valid tidaknya pernyataan dengan menggunakan program SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini menguji reliabel atau tidaknya pernyataan tersebut dengan menggunakan aplikasi SPSS. Realibitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai r hitung 0,361.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu alat uji yang digunakan untuk menguji apakah dari beberapa variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut akan berdistribusi normal, dapat diuji dengan *metode Kolmogorov Smirnov* maupun pendekatan grafik. (1) Pendekatan *Kolmogorov Smirnov*; (2) Pendekatan grafik.

4. Analisis Korelasi

Menurut Lind, Marchal, Wathen, 2008, analisis korelasi adalah sekumpulan teknik untuk mengukur hubungan antara dua variabel, gagasan dasar dari analisis korelasi adalah melaporkan hubungan antara dua variabel. Variabel X (garis horizontal dalam grafik) dan variabel Y (garis vertikal dalam grafik) dapat menjadi hubungan non-linear, positif atau negatif.

5. Uji Regresi Sederhana

Untuk melihat hubungan antara variabel X (Harga) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) di restoran Shukaku kota Garut, maka peneliti melakukan uji regresi linear sederhana. Menurut Sugiyono (2017), regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2 Item-Total Statistics

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
Item_1	0.673	0.1671	Valid
Item_2	0.700	0.1671	Valid
Item_3	0.616	0.1671	Valid
Item_4	0.605	0.1671	Valid
Item_5	0.760	0.1671	Valid
Item_6	0.744	0.1671	Valid
Item_7	0.623	0.1671	Valid
Item_8	0.618	0.1671	Valid

Analisis Hasil Output :

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa terdapat 8 item yang dikatakan valid dengan r hitung $>$ r tabel sedangkan 0 item tidak valid dimana nilai r hitung $<$ r tabel.

Tabel 3 Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	8

Analisis Hasil Output :

Berdasarkan output reliability statistic diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar $0,890 > 0,1$ (Alpha) maka keputusannya alat ukur dikatakan reliabel.

Tabel 4 Reliability Statistics

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.781
		N of Items	4 ^a
	Part 2	Value	.823
		N of Items	4 ^b
	Total N of Items		8
Correlation Between Forms			.806
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.893
	Unequal Length		.893
Guttman Split-Half Coefficient			.892
a. The items are: Item_1, Item_2, Item_3, Item_4.			
b. The items are: Item_5, Item_6, Item_7, Item_8.			

Analisis Hasil Output :

Berdasarkan Output Reliability Statistic diperoleh nilai Guttman Split Half Coefficient sebesar $0,892 > 0,1671$ (r tabel) maka keputusannya alat ukur dikatakan reliabel.

3.2 Uji Normalitas

Tabel 5 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99483201
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.049

	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.148 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Analisis Hasil Output :

Pada output terlihat bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov Z (K hitung) sebesar $0,079 < K \text{ tabel } (0,161)$ atau nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,148 > 0,1$ (alpha), maka hasilnya adalah nilai *Standardized Residual* dinyatakan menyebar secara normal atau data berdistribusi normal.

3.3 Uji Korelasi

Tabel 6 Corelations
Correlations

		Pengaruh Harga	Keputusan Pembelian
Pengaruh Harga	Pearson Correlation	1	.806**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	98	98
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Analisis Hasil Output :

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS, maka hasil yang diperoleh adalah nilai Signifikansi (2-tailed) pada tabel sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,1, artinya terdapat hubungan atau berkorelasi antara Harga dengan Keputusan Pembelian karena nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,1$.

Berdasarkan hasil output diketahui pada tabel tersebut untuk nilai r hitung (*pearson correlation*) sebesar 0,806. Kemudian untuk menghitung r tabelnya bisa dilihat pada tabel r sesuai dengan ketentuan untuk membaca tabel nya df (N-2) dimana nilai N merupakan jumlah data sampel yang di uji yaitu sebesar 98 jadi untuk nilai df nya 96. Kemudian nilai taraf nyatanya 10% atau 0,1 pada tingkat signifikansi uji dua arah. Sehingga r tabel = df (98-2;0,1) = 0,1671 Sehingga sesuai dengan kaidah keputusan Nilai *Pearson Correlation* (r hitung) sebesar $0,806 > r \text{ tabel } 0,1671$, artinya terdapat hubungan antara variabel harga dengan keputusan pembelian (berkorelasi). Karena hasilnya positif maka hubungan antara Harga dan Keputusan pembelian memiliki hubungan positif, artinya jika variabel X naik, maka variabel Y juga naik. kemudian dengan nilai r sebesar 0,806 memiliki derajat hubungan kuat. Kemudian untuk mengetahui besarnya pengaruh Variabel bebas terhadap Variabel terikat yaitu dengan menggunakan koefisien Determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,806^2 \times 100\%$$

$$= 0,6496 \times 100\%$$

$$= 64,96\%$$

Jadi nilai Koefisien Determinasinya sebesar 64,96%, artinya besar pengaruh variabel bebas (Harga) terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian) sebesar 64,96%. kemudian untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel lain terhadap variabel terikat yaitu dengan rumurs sebagai berikut :

$$\varepsilon = 100\% - kd$$

$$= 100\% - 64,96\%$$

$$= 35,04\%$$

Hal ini dapat diartikan bahwa variabel terikat (keputusan pembelian) yang dijelaskan oleh variabel bebas lain di luar Lokasi yaitu sebesar 35,04%. Dimana variabel bebas lain bisa berupa lokasi, brand image dan sebagainya.

3.4 Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 7 Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.646	1.259
a. Predictors: (Constant), Pengaruh Harga				

Analisis Hasil Output :

Berdasarkan pada Tabel Model Summary Nilai R Square adalah persentase kecocokan model, atau nilai yang menunjukkan seberapa besar variabel independent menjelaskan variabel dependent, R2 pada persamaan regresi rentan terhadap penambahan variabel independent, dimana semakin banyak variabel Independent yang terlibat. Pada gambar output Model Summary terlihat nilai R2 sebesar 0,650, artinya variabel independent dapat menjelaskan variabel dependent sebesar 65%, sedangkan 35% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model. Nilai R = 0,806 ini berarti bahwa korelasi antara variabel independent dengan dependent adalah 0,806 yang berarti bahwa derajat hubungan antara kedua variabel kuat.

Tabel 8 Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	282.303	1	282.303	178.031	.000 ^b
	Residual	152.227	96	1.586		
	Total	434.531	97			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Pengaruh Harga						

Analisis Hasil Output :

Berdasarkan hasil data di atas, terlihat bahwa F hitung sebesar 178. 031 dengan Nilai Sig, yaitu sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi kurang dari nilai probabilitas

(0,000 < 0,1) sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 9 Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.377	.964		4.542	.000
	Pengaruh Harga	.766	.057	.806	13.343	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Analisis Hasil Output :

Persamaan pada Regresi linier sederhana adalah:

$$\hat{Y} = a + Bx$$

Sementara untuk mengetahui nilai koefisien regresi tersebut dapat dilihat melalui output pada tabel Coefficientsa.

- Angka konstan dari unstandardized coefficients. Dalam kasus ini nilainya sebesar 4,377. Angka ini merupakan konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Harga (X) maka nilai Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 4,377.
- Angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,766. Angka ini mengandung artibahwa setiap penambahan 1% Harga (X), maka Keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,766 Sehingga persamaan regresi nya adalah:

$$\hat{Y} = 4,377 + 0,766x$$

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh nyata antara variabel X atau variabel bebas dengan Variabel Y atau variabel terikat. Rumusan Hipotesis yang digunakan adalah:

Ho : Variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

H1 : Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil data di atas, terlihat bahwa t hitung sebesar 13,343 dengan Nilai Sig, yaitu sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi kurang dari nilai probabilitas (0,000 < 0,1) sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak yang artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (H1 diterima). Karena hasil nya positif maka pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian memiliki pengaruh positif, artinya Jika variabel X naik, maka Variabel Y juga naik.

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, hasil analisis data penelitian tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

- Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, terlihat bahwa F hitung sebesar 178.031 dengan Nilai Sig, yaitu sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi kurang dari nilai probabilitas (0,000 < 0,1) sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga (X) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, terlihat bahwa t hitung sebesar 13,343 dengan Nilai Sig, yaitu sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi kurang dari nilai probabilitas (0,000 < 0,1) sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak yang

artinya Harga (X) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) (H1 diterima). Karena hasilnya positif maka pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian memiliki pengaruh positif, artinya Jika variabel X naik, maka Variabel Y juga naik.

Daftar Pustaka

- Camelia, S. B., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran D'Cost Seafood Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political*, 6(3), 426–432.
- Dian, S., Siahaan, N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 31–35.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90–107.
- Istanti, E. (2019). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Burger King Kawasan Surabaya Plaza Surabaya*. 8(5), 55.
- Maksum, M., & Satrio, R. B. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Wingstop. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(12), 22.
- Mamonto, W. F., Tambuan, J.F.A, W., & Rogi, H. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Nur, A. (2019). Analisis Kompensasi Lingkungan Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Di Pt. Margahayu Raya Bandung. *Repository.Unpas.Ac.Id*, 54–81. [http://repository.unpas.ac.id/11461/26/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/11461/26/BAB%20III.pdf)
- Prastika, E. L., & Harti, D. (2017). *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Rampok Surabaya*. 01(1), 1–14.
- Ratnasari, A. D., & Harti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4, 1–11. <http://repository.upy.ac.id/id/eprint/238>
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 94–109. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.7>

