



CALL FOR PAPER

Conference on Economic and Business Innovation
Sekretariat: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang
Jalan Borobudur No. 35, Malang, Jawa Timur, 65142
Email: febiuwg@gmail.com



IKATAN AKUNTAN INDONESIA
KOMPARTEMEN AKUNTAN PENDIDIK
FORUM DOSEN AKUNTANSI PUBLIK

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo
Kabupaten Pasuruan)

Mei Shinta Permatasari¹, Nasharuddin Mas², Wahyu Wulandari³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang,
email: meishintapermatasari@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang,
email: nasharuddinmas@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang,
email: ndari.sodik@gmail.com

Abstract

The main purpose of this study was to determine the extent of the influence of product quality on purchasing decisions and the role of price as a moderating variable. The research approach is a non-probability sampling research using the Accidental Sampling method. The population and sample of this study are unlimited, that is, the number is unknown. The population in this study were all consumers of the Home Industry Foam Mattress HK Product Sukorejo Pasuruan Regency by taking 30 respondents. In this research, there is a method that will be used is a questionnaire/interview, the tool is using a questionnaire.

This study uses a quantitative method, which will generate numerical data and is processed using the Smart-PLS version 3.0 software. The analytical tool used is the analysis of the Outer Model and Inner Model Test. The results showed that the product quality variable on purchasing decisions and the role of price as a moderating variable in the Home Industry Foam Mattress HK Product Sukorejo Pasuruan Regency can be a driving tool and used to add positive values to improve purchasing decisions. The study showed that the price variable was able to be a strong moderator of the influence of product quality on purchasing decisions at the Home Industry Foam Mattress HK Product Sukorejo Pasuruan Regency.

Keywords: Product Quality, Purchase Decision, Price, Path Analysis.

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)

PENDAHULUAN

Kondisi Pertumbuhan ekonomi Indonesia berhasil tumbuh sebesar 7,07% di Triwulan II-2021, setelah turun pada periode tahun 2020. Membaiknya permintaan domestik mendorong pertumbuhan positif di seluruh segmen usaha pada triwulan II tahun 2021. Pemulihan ekonomi di berbagai sektor utama seperti manufaktur, perdagangan, serta transportasi dan pergudangan juga mendorong kegiatan ekonomi lainnya di Indonesia. Sektor industri merupakan bagian penting dari pembangunan perekonomian nasional. Sektor ini tidak hanya berpotensi memberikan kontribusi ekonomi yang besar melalui nilai tambah, penyerapan tenaga kerja dan devisa negara, tetapi juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi transformasi *cultural* negara dan modernisasi kehidupan masyarakat, sehingga mendukung pembentukan daya saing nasional. Peran sektor industri terhadap perekonomian nasional hampir mencapai 30%.

Persaingan industri khususnya kasur dalam skala nasional sangat pesat, terbukti dari data sentra industri kerajinan kapuk dan kasur busa di Indonesia yang masih didominasi oleh usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM. Hal ini dikarenakan proses produksi kasur khususnya yang berbahan kapuk tidak menggunakan mesin modern. Tren penggunaan kasur busa saat ini mampu menggeser produk kasur pegas. Persaingan bisnis di industri kasur busa sangat ketat dan potensi pasar kasur busa di Indonesia masih cukup besar terutama untuk segmen menengah yang didominasi generasi *millennial*. Dengan semakin terbukanya peluang bisnis, persaingan dalam perekonomian menuntut perusahaan untuk bertindak cepat dan tepat dalam lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan tidak pasti untuk menghadapi persaingan. Oleh karena itu, setiap bisnis perlu bersaing untuk menarik dan mempertahankan pelanggan yang loyal.

Di Kota Pasuruan yang merupakan salah satu pusat industri di Indonesia 58% tenaga kerja industri terserap pada bidang industri. IKM di Kota Pasuruan telah ada sejak awal tahun 70-an dan terus bertambah jumlah populasinya. Sampai tahun 2010 tercatat terdapat 2.115 unit IKM dan setiap IKM menunjukkan perkembangan yang berbeda - beda. Daya beli masyarakat terhadap kasur lokal saat ini cukup tinggi, hal itu terjadi karena masyarakat turut menciptakan kebutuhan menata dan merenovasi rumah. Industri kasur memiliki ketahanan yang cukup tinggi, pertumbuhan positif juga didukung oleh permintaan dari pasar dunia. Tercatat nilai ekspor industri kasur meningkat dari 7,6 persen dari US\$1,77 miliar pada tahun 2019 menjadi US\$1,91 miliar pada tahun 2020.

Pertumbuhan bisnis properti berdampak signifikan terhadap penjualan perlengkapan rumah tangga seperti kasur yang berbahan dakron dan busa. Banyaknya industri kasur, membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih kasur yang dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen itu sendiri. Pilihan konsumen saat membuat pilihan tidak terjadi begitu saja. Konsumen mempertimbangkan beberapa pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk seperti kualitas produk dan harga produk. Kasur Busa HK *Product* sebagai industri dibidang properti yang perkembangan sangat pesat sekarang ini menyadari persaingan ini. Kasur busa HK *Product* senantiasa memberikan keyakinan dan harapan kepada pelanggannya untuk terus memberikan kepuasan kepada mereka.

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)

Penelitian yang berkaitan dengan harga sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian telah banyak dilakukan. Beberapa penelitian tersebut antara lain adalah Fatimah (2020) menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel modersi harga terhadap keputusan pembelian beras organik Botanik signifikan dan pengaruh variabel *moderating effect* terhadap variabel dependen keputusan pembelian tidak signifikan, maka dalam hal ini harga tidak memperkuat hubungan persepsi kualitas produk dan keputusan pembelian. Peran harga sebagai *predictor moderating* antara hubungan persepsi kualitas produk dan keputusan pembelian memiliki makna bahwa harga dalam model penelitian ini lebih berperan sebagai *predictor moderating* yaitu dapat bertindak sebagai variabel independen dalam model ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris kemampuan harga dalam memoderasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kasur di Home Industry HK Product.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengangkat judul “**Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Peran Harga sebagai Variabel Moderasi**” (Studi pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)”.

KAJIAN TEORI

Kualitas produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan kehandalan, kekuatan, kemudahan dalam penggunaan dan reperasi produk dan ciri-cirinya.

Menurut Nofta dan Feriyansyah (2021), ada 4 indikator kualitas produk, masing-masing indikator tersebut akan dijelaskan di bawah ini:

1. Kinerja Kualitas Produk (*Performance*)

Kinerja adalah ciri atau fungsi produk. Ini adalah manfaat utama atau efek dari produk yang akan dibeli. Biasanya ini adalah pertimbangan pertama untuk membeli suatu produk.

2. Daya Tahan (*Durability*)

Daya tahan menunjukkan usia pada produk, yaitu penggunaan produk sebelum batas usia suatu produk. Semakin lama daya tahan, yang pasti akan semakin awet pula produk tersebut. Produk yang awet atau berdaya tahan kuat lebih cepat direkomendasikan daripada produk yang berjalan dengan cepat.

3. Kesesuaian (*Conformance*)

Kesesuaian dengan kinerja produk sesuai dengan standar yang ditunjukkan oleh produk. Ini adalah janji yang baik yang perlu dipenuhi oleh produk. Mengikuti standar dimensi ini dari produk berkualitas.

4. Kualitas Yang Dirasakan (*Perceived Quality*)

Ini berkaitan dengan evaluasi konsumen terhadap citra merek dan periklanan. Produk merek terkenal produk biasanya memenuhi syarat sebagai merek dagang non-pendengaran. Oleh karena itu, setiap perusahaan berusaha untuk menciptakan merek dengan nilai merek yang tinggi.

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)

Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan pembelian, termasuk memutuskan apa yang akan dibeli dan apa yang tidak dibeli, dan keputusan tersebut berasal dari aktivitas sebelumnya (Ima, 2017).

Menurut Fatimah (2020) terdapat 6 indikator keputusan pembelian masing-masing indikator tersebut akan dijelaskan di bawah ini:

1. *Product choice*, yaitu keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.
2. *Brand choice*, yaitu keputusan konsumen tentang merek yang akan dibeli diantara beberapa alternatif merek yang ada di pasaran.
3. *Dealer choice*, yaitu keputusan konsumen di mana mereka akan membeli suatu produk.
4. *Purchase amount*, yaitu keputusan konsumen tentang jumlah produk yang akan dibeli.
5. *Purchase timing*, yaitu keputusan konsumen tentang rentang waktu pembelian sebuah produk.
6. *Payment method*, yaitu keputusan konsumen tentang metode pembayaran yang akan digunakan.

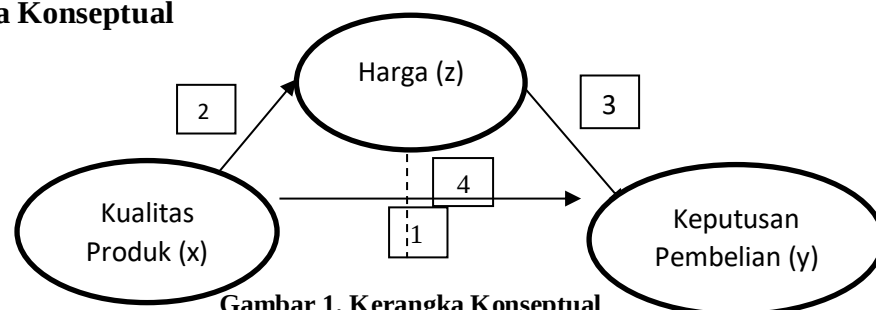
Harga

Menurut Buchari Alma (2014), ini mendefinisikan "harga sebagai harga yang ditunjukkan oleh uang". Harga memiliki dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan pembeli, yaitu penugasan dan peran informasi.

Harga memiliki 3 variabel indikator Menurut Cahya dan Harti (2015) masing-masing indikator tersebut akan dijelaskan di bawah ini:

1. Kisaran harga
Berkaitan dengan daya beli konsumen, yaitu harga produk masih dapat dibeli atau diakses oleh konsumen.
2. Harga bersaing dengan produk sejenis
Harga bersaing dengan produk sejenis, harga di sini tergantung pada produk tertentu yang dapat bersaing dengan produk sejenis di pasaran.
3. Kesesuaian harga
Yaitu jika harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas hasil yang diperoleh konsumen dari produk tersebut, kecil kemungkinannya untuk rusak dan tahan lama dalam jangka panjang.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan:

Nomor 1,2, dan 3 : Pengaruh Langsung

Nomor 4 : Pengaruh Moderasi

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan peran harga sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yang bermaksud menjelaskan letak variabel yang diteliti dan pengaruhnya antara variabel yang satu dengan variabel lainnya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menguji hipotesis yang dibuat dengan menghasilkan data dalam format numerik dan mengolahnya dengan komputer yang menjalankan software SmartPLS versi 3.0. Alat data yang digunakan adalah survei yang disebarakan kepada sampel dari populasi tertentu. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan. Obyek penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan peran harga sebagai variabel moderasi di Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini dilaksanakan di *Home Industry* kasur busa HK *Product* yang terletak di Desa Mojotengah Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan.

Jenis sumber data yang terdapat dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini, data primer didapat dari jawaban responden terhadap pernyataan maupun pertanyaan yang dikemukakan dalam kuesioner yang disebarakan ke konsumen Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti sebagai pendukung dari sumber aslinya yang berasal dari hasil tinjauan pustaka dan sumber lain yang mendukung dan terkait penelitian, seperti internet dan artikel. Data tersebut kemudian diolah dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan cara *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. untuk selanjutnya diolah atau diproses mempergunakan alat analisis statistik berbasis komputer, yakni program SmartPLS versi 3.0. Uji coba instrumen penelitian melalui kuisioner dicobakan pada 30 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *outer* model dan *inner* model. *Outer* model mendefinisikan setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada *outer* model yaitu: *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Compesite reliability*, *AVE*, *Cronbach Alpha*. *Inner* model adalah model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Uji yang dilakukan pada *inner* model yaitu: pengujian hipotesis, *koefisien determinasi*, dan pengujian model struktural.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Outer Model (Uji Validitas Konvergen)

Indikator	Loading Faktor	Stdev	T Statistics	P Values	Ket.
Kualitas Produk (X)					
Bentuk (X1)	0.775	0.071	10.969	0.000	Valid
Ketahanan (X2)	0.716	0.122	5.889	0.000	Valid
Kehandalan (X3)	0.774	0.077	10.119	0.000	Valid

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)

Keindahan (X4)	0.864	0.045	19.336	0.000	Valid
Jaminan (X5)	0.751	0.093	8.075	0.000	Valid
Harga (Z)					
Harga sesuai Kualitas Produk (Z1)	0.967	0.031	31.481	0.000	Valid
Daya saing harga (Z2)	0.967	0.061	15.745	0.000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)					
Jenis Produk (Y1)	0.569	0.106	5.371	0.000	Valid
Bentuk Produk (Y2)	0.671	0.105	6.423	0.000	Valid
Jumlah Produk (Y3)	0.886	0.040	22.034	0.000	Valid
Waktu Pembelian(Y4)	0.765	0.069	11.115	0.000	Valid
Cara Pembayaran(Y5)	0.685	0.101	6.754	0.000	Valid
Kemantapan Produk (Y6)	0.762	0.081	9.368	0.000	Valid
Moderasi Kualitas Produk (X) * Harga (Z)					
Moderasi X*Z	1.175	0.188	6.258	0.000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Hasil uji validitas konvergen terhadap variabel kualitas produk (X), harga (Z), dan keputusan pembelian (Y) dengan model pengukuran *reflektif* diperoleh nilai *loading* faktor dari indikator lebih dari 0,500 sehingga indikator dari variabel telah memenuhi validitas konvergen.

Tabel 2. Uji Outer Model (Uji Validitas Diskriminan dengan Cross Loading)

Kualitas Produk (X)				
Bentuk (X1)	0.775	0.160	0.726	-0.079
Ketahanan (X2)	0.716	0.361	0.655	-0.356
Kehandalan (X3)	0.774	0.572	0.697	-0.385
Keindahan (X4)	0.864	0.287	0.814	-0.061
Jaminan (X5)	0.751	0.291	0.731	-0.057
Harga (Z)				
Harga sesuai Kualitas Produk (Z1)	0.428	0.967	0.492	-0.564
Daya saing harga (Z2)	0.432	0.967	0.488	-0.542
Keputusan Pembelian (Y)				
Jenis Produk (Y1)	0.545	0.282	0.569	-0.024
Bentuk Produk (Y2)	0.653	0.477	0.671	-0.270
Jumlah Produk (Y3)	0.874	0.507	0.886	-0.246
Waktu Pembelian (Y4)	0.719	0.464	0.765	-0.226
Cara Pembayaran (Y5)	0.651	0.200	0.685	-0.123
Kemantapan Produk(Y6)	0.730	0.244	0.762	-0.022
Moderasi Kualitas Produk (X) * Harga (Z)				
Moderasi X*Z	-0.249	-0.572	-0.217	1.000

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Hasil uji validitas diskriminan dengan menggunakan nilai *cross loading* diperoleh *loading* faktor pada kolom masing-masing variabel (cetak tebal) merupakan nilai paling tinggi dibandingkan dengan nilai *cross loading* variabel

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)

lainnya sehingga indikator dari masing-masing variabel kualitas produk (X), harga (Z), dan keputusan pembelian (Y) telah memenuhi validitas diskriminan.

Tabel 3. Uji Outer Model (Uji Validitas Diskriminan dengan AVE)

Variabel	X	Z	Y	X*Z
Kualitas Produk (X)	0.778	0.445	0.663	-0.249
Harga (Z)	0.445	0.967	0.506	-0.572
Keputusan Pembelian (Y)	0.663	0.506	0.730	-0.217
Kualitas Produk (X) * Harga (Z)	-0.249	-0.572	-0.217	1.000

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Hasil uji validitas diskriminan dengan menggunakan nilai akar AVE diperoleh nilai akar AVE (cetak tebal) lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar variabel laten, sehingga variabel kualitas produk (X), harga (Z), dan keputusan pembelian (Y) telah memenuhi validitas diskriminan.

Tabel 4. Uji Outer Model (Uji Reliabilitas Konstruk)

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted
Kualitas Produk (X)	0.835	0.884	0.605
Harga (Z)	0.931	0.967	0.935
Keputusan Pembelian (Y)	0.818	0.870	0.533
Kualitas Produk (X) * Harga (Z)	1.000	1.000	1.000

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan nilai *Composite Reliability* dan nilai *Cronbachs Alpha* diperoleh nilai hasil uji memenuhi kriteria pengujian lebih dari 0,70 sehingga setiap variabel kualitas produk (X), harga (Z), dan keputusan pembelian (Y) telah memenuhi reliabilitas konstruk.

Tabel 5. Uji Inner Model (Uji Koefisien Determinasi)

Variabel bebas	Variabel terikat	R Square	R Square Adjusted
Kualitas Produk (X)	Harga (Z)	0.198	0.169
Kualitas Produk (X)	Keputusan Pembelian (Y)	0.941	0.935
Harga (Z)			
Kualitas Produk (X) * Harga (Z)			

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Hasil koefisien determinasi pengaruh antara kualitas produk (X) terhadap harga (Z) diperoleh nilai *R square* sebesar 0,198 yang artinya pengaruh terhadap harga (Z) dapat dijelaskan sebesar 19,8 persen oleh kualitas produk (X), sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Hasil koefisien determinasi pengaruh antara kualitas produk (X) dengan moderasi harga (Z) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai *R square* sebesar 0,941 yang artinya pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan sebesar 94,1 persen oleh kualitas produk (X) dengan moderasi harga (Z) sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Pengujian Hipotesis

Dalam menguji hipotesis dapat diketahui dengan nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk menguji hipotesis menggunakan nilai statistik, nilai statistik yang digunakan untuk alpha 5% adalah 1,960. Sehingga kriteria untuk menerima atau menolak suatu hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 di tolak jika t-statistik

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)

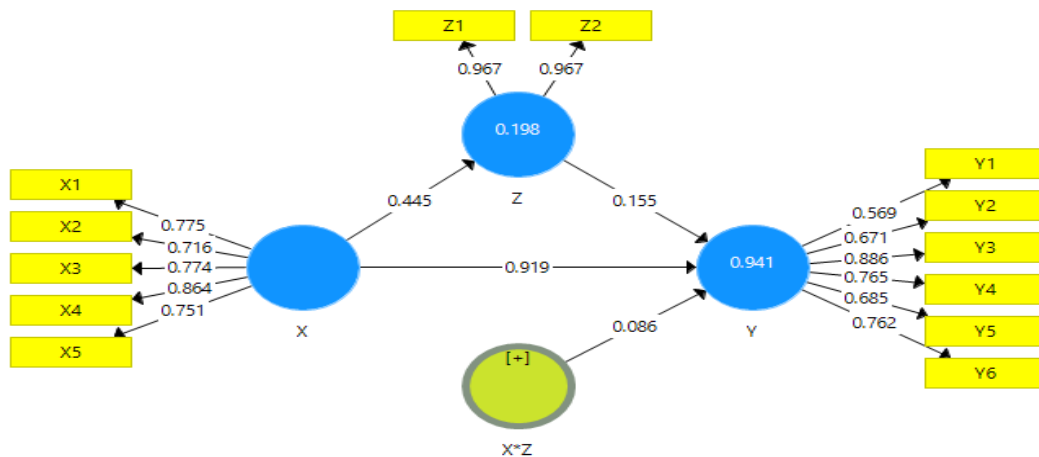
>1,96. Hipotesis ditolak atau diterima dengan menggunakan probabilitas, dan H_a diterima jika nilai $p < 0,05$. Berdasarkan data empirik yang digunakan dalam penelitian ini, dimungkinkan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Berikut adalah hasil uji hipotesis berdasarkan nilai koefisien jalur dan T-Statistik / P-value.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

No	Pengaruh	Koef. Jalur	Stdev	T Statistics	P Values	Ket.
1	X -> Y	0.919	0.044	21.047	0.000	Signifikan
2	X -> Z	0.445	0.189	2.356	0.019	Signifikan
3	Z -> Y	0.155	0.072	2.166	0.031	Signifikan
4	X*Z -> Y	0.086	0.041	2.094	0.037	Signifikan
5	X -> Z -> Y	0.069	0.048	1.437	0.151	Tidak

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Pengembangan Model Penelitian



termasuk dalam kategori tinggi atau baik berdasarkan kategori nilai indeks sebelumnya. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* yang ditawarkan kepada konsumen adalah baik. Dalam hal ini, rata-rata nilai keseluruhan keputusan pembelian adalah 3,98, lebih tinggi atau lebih baik dari kategori nilai indeks sebelumnya. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika kualitas produk yang ditawarkan meningkat, konsumen lebih mungkin untuk membuat keputusan pembelian tentang produk tersebut. Oleh karena itu, dari hasil pengolahan data di atas dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen barang-barang rumah tangga di *Home Industry* Kasur Busa HK *Product*. Dengan memberikan kualitas terbaik, konsumen tidak perlu berpikir dua kali untuk mengambil keputusan pembelian *Home Industry* Kasur Busa HK *Product*. Hasil uji hipotesis, diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *Home Industry* HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu Joshua dan Padmalia (2016) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Begitu juga dengan Cristian (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Harga

Secara keseluruhan, rata-rata skor kualitas produk adalah 4,02 yang termasuk dalam kategori tinggi atau baik berdasarkan kategori nilai indeks sebelumnya. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* yang ditawarkan kepada konsumen adalah baik. Secara keseluruhan, ini merupakan tingkat harga rata-rata 4,03 yang merupakan kategori tinggi atau baik dibandingkan dengan kategori nilai indeks sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang baik dapat menarik konsumen untuk membeli produk dari *Home Industry* Kasur Busa HK *Product*. Maka dari hasil pengolahan data diatas dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap harga di *Home Industry* kasur busa HK *Product*. Tentunya selain kualitas produk yang dijual baik, konsumen juga akan melihat harga yang ditawarkan, dan jika harga yang ditawarkan pada produk tidak wajar maka konsumen akan ragu untuk membeli produk dari *Home Industry* Kasur Busa HK *Product*.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Secara keseluruhan nilai rata-rata skor untuk harga adalah sebesar 4,03 dan berdasarkan kategori nilai indeks sebelumnya masuk dalam kategori tinggi atau baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga pada Kasur Busa *Home Industry* HK *Product* yang ditawarkan kepada para konsumen sudah baik. Kemudian secara keseluruhan nilai rata-rata skor untuk keputusan pembelian adalah sebesar 3,98 dan berdasarkan kategori nilai indeks sebelumnya masuk dalam kategori tinggi atau baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga yang sesuai maka akan mempengaruhi keputusan pembelian pada produk di *Home Industry* Kasur Busa HK *Product*. Jadi, berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat dikatakan bahwa hal yang membuat harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kasur Busa HK *Product* ini karena konsumen menilai bahwa harga produk lebih murah dari harga pesaingnya.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang Dimoderasi oleh Harga

Secara keseluruhan, rata-rata skor kualitas produk adalah 4,02 yang termasuk dalam kategori tinggi atau baik berdasarkan kategori nilai indeks sebelumnya. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* yang ditawarkan kepada konsumen adalah baik. Dalam hal ini, rata-rata kinerja keseluruhan dari keputusan pembelian adalah 3,98, yang lebih tinggi atau lebih baik dari kategori nilai indeks sebelumnya. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika kualitas produk yang ditawarkan meningkat, konsumen lebih mungkin untuk membuat keputusan pembelian tentang produk tersebut. Selain itu, harga rata-rata keseluruhan adalah 4,03 yang termasuk dalam kategori lebih tinggi atau lebih baik dibandingkan dengan kategori nilai indeks sebelumnya. Hasil ini menunjukkan bahwa harga industri rumahan untuk kasur busa HK *Product* yang ditawarkan kepada konsumen sudah baik. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini sangat termitigasi dengan harga industri rumahan untuk kasur busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak hanya harga tetapi konsumen juga melihat kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kasur busa HK *Product*. Jika

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)

kasur busa produk HK berkualitas tinggi dan harga terjangkau akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk kasur busa HK *Product*. Produk dan harga merupakan dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal yang mempengaruhi produk sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen juga terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang baik, maka mampu meningkatkan keputusan pembelian kasur busa di *Home Industry* HK *Product*. Kualitas produk yang baik sangat penting bagi perusahaan, karena semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan untuk membeli produk tersebut.
2. Kualitas produk yang baik, maka mampu mempengaruhi harga kasur busa di *Home Industry* HK *Product*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki pemahaman yaitu seiring dengan peningkatan kualitas produk yang ditawarkan, tingkat harga juga akan meningkat.
3. Harga yang terjangkau, maka mampu mempengaruhi keputusan pembelian kasur busa di *Home Industry* HK *Product*. Dengan menetapkan kebijakan harga yang terjangkau yang disesuaikan dengan pilihan konsumen dan tingkat penetapan harga yang sesuai, konsumen dapat mengambil keputusan yang baik dan konsumen dapat mempertimbangkannya saat memutuskan untuk membeli.
4. Harga mampu menjadi moderasi yang kuat atas pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kasur busa di *Home Industry* HK *Product*. Dapat dijelaskan bahwa interaksi antara persepsi harga dengan kualitas produk mampu memberikan penguatan terhadap keputusan pembelian dimana dengan adanya harga yang lebih murah serta terjangkau dari harga produk pesaing dan kemampuan kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk didalamnya ketahanan serta kehandalan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

REFERENSI

1. Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
2. Arifin, Irfan. 2019. "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk roti pada CV. Prima Sari Bakery Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru". Skripsi. Riau : Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
3. Cahya, E., & Harti. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya. Universitas Negeri Surabaya, 1(1), 1–15.
4. Fatimah. 2020. "Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi dan harga sebagai variabel moderasi pada konsumen beras organik Merek Botanik". Tesis. Jember : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PERAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada *Home Industry* Kasur Busa HK *Product* Sukorejo Kabupaten Pasuruan)

5. Ima, Nur. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Komunikasi Word Of Mouth, Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Prima Di Anduonohu Kota Kendari. Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo Kendari.
6. Kppu.go.id. 2021. Perkembangan persaingan usaha di Indonesia menuju industrialisasi4.0.<https://kppu.go.id/blog/2021/03/perkembangan-persaingan-usaha-di-indonesia-menusu-industrialisasi-4-0/>
7. Kusuma, Muhammad Daffa Dimas. 2021. “Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan harga sebagai variabel moderating pada produk *Diecast Hot Wheels* di Kota Makassar”. Skripsi. Makassar : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
8. Nofta & Feriyansyah. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. Jurnal aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan, 2 (3), 2021, 29 - 39 ISSN: 2686-1054 (media online). Halaman 33. Lembah Dempo.
9. Pasuruankab.go.id. 2016. Industri rumah kasur busa wilayah pasuruan. <https://www.pasuruankab.go.id/potensi-206-industri-rumahan-kasur-busa-yang-tak-terdampak-pandemi.html>
10. Sumberpengertian.id. 2020. Pengertian Kuesioner Lengkap (Tujuan, Fungsi,JenisJenis,danSyarat).Articel.<https://www.sumberpengertian.id/pengertian-kuesioner>