

## PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SOON BURGER PORIS INDAH

Sofiani<sup>1</sup>, Sandy Lauren<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Yayasan Pendidikan Bunda Mulia

E-mail: [sandylauren085@gmail.com](mailto:sandylauren085@gmail.com)

**Abstract:** *The food & beverage business in Indonesia is currently growing very rapidly, so the level of competition in business is getting higher. High competition makes buyers have several factors that can influence purchasing decisions to choose a restaurant. This study used a quantitative method with a total sample of 94 respondents. With non-probability sampling technique. The data collection for this research used a Google form questionnaire. Furthermore, the data will be analyzed with several tests using SPSS software. The tests used in this study were descriptive analysis, Pearson correlation test, normality test with Kolmogorov Smirnov, heteroscedasticity test, simple linear regression test, coefficient of determination test, and T test. This study shows that the questionnaire used is valid and reliable. The results of the Kolmogorov Smirnov test and heteroscedasticity showed that the data were normally distributed with an Asymp sig value ( $0.028 > 0.05$ ) and there was no heteroscedasticity. The results of this study also show that there is a significant influence between the price variable on the purchasing decision variable with a Tcount of  $4,665 > T_{table}$  of 1,661. the test results of the coefficient of determination show that 59.2% of the price variable influences the purchase decision. Meanwhile, the other 40.8% is influenced by other factors. So it is hoped that Soon Burger Poris Indah can continue to maintain and increase purchasing decisions through price development. As well as, the continuous development of new innovations in order to attract customers.*

**Key Word:** *Effect, Price, Buying intention*

**Abstrak:** Bisnis food & baverage di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, sehingga tingkat persaingan dalam bisnis semakin tinggi. Tingginya persaingan membuat pembeli memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk memilih suatu restoran. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 94 responden. Dengan Teknik non probability sampling. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner google form. Selanjutnya, data akan dianalisis dengan beberapa uji menggunakan software SPSS. Uji-uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji korelasi pearson, uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan adalah valid dan reliabel. Hasil uji Kolmogorov Smirnov dan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengan nilai Asymp sig ( $0,028 > 0,05$ ) dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil penelitian ini juga menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variable harga terhadap variable keputusan pembelian dengan nilai  $T_{hitung} 4.665 > T_{tabel} 1,661$ . hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 59,2% variable harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, 40,8% lainnya dipengaruhi oleh factor lainnya. Sehingga harapannya Soon Burger Poris Indah dapat terus mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian melalui adanya pengembangan harga. Serta, terus berkembangnya inovasi-inovasi baru agar menarik minat pelanggan.

**KataKunci:** Pengaruh, Harga, Keputusan Pembelian.

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis *Food & Beverage* sebagai bisnis pariwisata kuliner di Indonesia berkembang sangat pesat. serapan tenaga kerja dalam industry kuliner ini juga sangat baik dalam menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat di Indonesia, tidak dipungkiri juga kuliner Indonesia di dukung oleh keanekaragaman Indonesia dan juga didukung oleh keindahan alam Indonesia sebagai daya tariknya (Imandiar, 2021). Tingginya tingkat persaingan di dalam dunia *Food & Beverage* membuat keputusan dalam pembelian memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian untuk memilih suatu restoran, harga faktor penting dari beberapa faktor lainnya sebagai pertimbangan dalam melakukan pembelian, seperti yang dijelaskan Arumsari (2012) harga sudah menjadi salah satu aspek terpenting dalam menetapkan keputusan pembeli. Secara garis besar harga adalah nilai lengkap dalam bertransaksi kepada konsumen untuk keuntungan yang memiliki barang atau jasa itu. konsumen pada umumnya juga akan menyamakan dan membandingkan harga dengan kualitas produk yang di terima konsumen, pembeli akan menilai mutu produk dengan harga yang dibayarkan suatu usaha harus dapat menentukan harga dengan kesesuaiannya terhadap kualitas produknya (Sari & Prihartono, 2021). Perkembangan kuliner di daerah Tangerang berkembang dengan sangat pesat dalam beberapa tahun belakangan ini, perkembangan kuliner di Tangerang ini juga membantu perkembangan ekonomi di Tangerang (Redaksi, 2019). Banyak variasi makanan yang dapat kita coba yang cukup terkenal dan berkembang di tengah masyarakat, salah satunya adalah dari masakan *western*, Sebagian besar restoran cepat saji di Indonesia juga menjual makanan yang bukan merupakan khas Indonesia, bahkan cenderung *western food*. (ONLINE, 2019) Seiring berjalannya waktu salah satu makanan *western* yang cukup terkenal di Indonesia adalah *Hamburger*. *SOON BURGER* adalah salah satu restaurant, yang menyediakan bervariasi menu *BURGER* dengan kualitas yang dijaga dengan sangat baik, dan juga menyajikan hidangan *BURGER* dengan rasa yang konsisten sehingga di sukai oleh kalangan yang di dominasi oleh anak muda (Rocket Info, 2019). Konsep yang diterapkan oleh restoran yang berada di Jl. Galaxy Raya Jl. Poris Indah No.1, Cipondoh Indah, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15148 ini adalah restoran dengan tema makanan fusion Western and local food yang mengusung makanan sebagai wadah ekspresi konsumen yang '*gue banget*' sesuai dengan tajuknya "*Bite My Burger*", di mana porsi yang sesuai dan '*ga boong*'. Hal menarik dari restoran ini adalah patty burger yang diberikan terjamin berat gramnya sesuai dengan foto yang dipajang, pengelolaan sistem dan jenis makanan yang disajikan. restoran ini menawarkan dua jenis sistem dalam pemesanan makanan, yaitu datang langsung dan bisa memesan melalui daring seperti menggunakan Gojek, Grab, dan Shopee Food. Soon Burger memiliki harapan yaitu keputusan pembelian yang tinggi, Dalam upaya menciptakan keputusan pembelian yang tinggi masih terkendala harga yang sesuai untuk kualitas produk yang menjanjikan seperti saat ini. Berdasarkan prasurvei dan wawancara dengan Owner Soon Burger, kedua variabel independen yang diteliti yaitu kualitas produk dan Harga perlu dipertimbangkan untuk diteliti pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Terdapat juga Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu apakah harga di Soon Burger poris ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Soon Burger poris.

## KAJIAN TEORETIK

### Harga

Harga merupakan nilai yang dinyatakan sebagai kewajiban dalam bentuk jumlah yang wajib dibayarkan oleh pembeli terhadap penjual, tetapi harga bisa disebut dengan nilai (Yazid &

Hidayat, 2020). Haryanto (2013) mendefinisikan harga dari dua sudut pandang, yaitu dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dalam merumuskan strategi penentuan harga diperhatikan tujuan dari penentuan harga itu sendiri, antara lain: Bertahan, memaksimalkan laba, memaksimalkan penjualan, prestige, pengembalian atas investasi (Manalu, 2021). Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai dalam bentuk nominal yang dibutuhkan sebagai nilai tukar, yang diperlukan untuk ditukar kan dengan hak kepemilikan atas suatu produk atau hak dalam menggunakan suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, dan harga juga sebagai alat ukur dari para pesaing dari produk dan jasa yang ditawarkan, yang ditetapkan oleh suatu perusahaan. Harga juga adalah nilai dari suatu produk atau jasa. Indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga, dan
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian timbul setelah konsumen merasa tertarik dan ingin memakai produk yang dilihatnya, menurut Irfayanti & Saraswati (2020) proses membeli (buying intention) akan melalui lima tahapan, yaitu:

1. Pemenuhan kebutuhan (need)
2. Pemahaman kebutuhan (recognition)
3. proses mencari barang (search)
4. Proses evaluasi (evaluation)
5. Pengambilan keputusan pembelian (decision).

Informasi mengenai produk mendasari proses membeli sehingga akhirnya muncul suatu kebutuhan, di sini konsumen akan mempertimbangkan dan memahami kebutuhan tersebut, apabila penilaian pada produk sudah jelas maka konsumen akan mencari produk yang dimaksud, yang kemudian akan berlanjut pada evaluasi produk dan akhirnya konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli atau memutuskan untuk tidak membeli yang disebabkan produk tidak sesuai dan mempertimbangkan atau menunda pembelian pada masa yang akan datang. Menurut Arini et al. (2020), untuk memahami perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, dapat dikemukakan dua model proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu:

1. Model phenomenologis, model perilaku konsumen ini berusaha mereproduksi perasaan-perasaan mental dan emosional yang dialami konsumen dalam memecahkan masalah pembelian yang sesungguhnya.
2. Model logis, model perilaku konsumen yang berusaha menggambarkan struktur dan tahap-tahap keputusan yang diambil konsumen mengenai
  - a. jenis, bentuk, modal, dan jumlah yang akan dibeli,
  - b. tempat dan saat pembelian,
  - c. harga dan cara pembayaran.

Setelah konsumen memperoleh informasi tentang suatu produk mereka menggunakan informasi tersebut untuk mengevaluasi sumber-sumber pada ciri-ciri seperti karakteristik barang dagangan yang dijual, pelayanan yang diberikan, harga, kenyamanan, personil dan fisik (Fadli, 2021). Konsumen biasanya memilih sumber yang mereka anggap memperlihatkan ciri yang paling penting bagi mereka. Suatu pembelian tidak langsung terjadi terlebih dahulu dengan mengetahui, mengenal dan kemudian memiliki produk tersebut (Mas'ud, 2020).

Menurut Mas'ud (2020), tahap-tahap proses pembelian ini dapat dibagi atas lima langkah, yaitu:

- a. Mengetahui masalahnya (Recognition of problem)
- b. Mencari informasi (Search for information)
- c. Mengevaluasi setiap alternatif (Evaluation of alternatif)
- d. Memilih salah satu alternatif (Choice)
- e. Menentukan hasil pilihan (Outcome).

### Hipotesis Penelitian

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Soon Burger Cipondoh Tangerang.

Ha : Terdapat pengaruh antara Harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Soon Burger Cipondoh Tangerang.

### METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang berdasar pada filsafat positivism. Populasi dan sample penelitian ditentukan. Jenis pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, dengan fungsi untuk memastikan kebenaran hipotesis yang telah ditentukan (sugiono, 2011). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Soon Burger lebih dari 3 kali, jumlah konsumen dalam penelitian ini di ambil 1374 selama 1 tahun. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 94 responden yaitu didapat dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 94 responden. Metode analisis data yaitu:

1. **Uji Validitas:** Validitas merupakan kata yang berasal dari kata valid yang memiliki arti sejauh mana kecepatan dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya, suatu alat ukur yang valid tidak hanya sekedar dapat menjelaskan data dengan tepat tetapi harus bisa memberikan gambaran yang jelas terhadap data yang diuji (Arumsari, 2012). Berikut merupakan rumus yang digunakan:

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien kolerasi product moment

$X$  = Jumlah skor item

$Y$  = Jumlah skor total (seluruh item)

$N$  = Jumlah responden

2. **Uji Reliabilitas:** Menurut (Yoga, 2022) uji realibilitas merupakan suatu uji yang dijadikan alat untuk mengukur suatu kuesioner, dikatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu apabila jawaban tersebut terhadap indikator acak, maka dapat dikatakan bahwa jawaban tersebut tidak reliabel. Dalam uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

= Reliabilitas yang akan dicari

= Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$\sigma$  = Varian total

Apabila nilai alpha  $\geq 0.7$  artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha  $\geq 0.80$  ini menyatakan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Selain itu, bisa juga memaknakan sebagai berikut:

Jika  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas sempurna. Jika  $\alpha$  antara  $0.70 - 0.90$  maka reliabilitas tinggi. Jika  $\alpha$   $0.50 - 0.70$  maka reliabilitas moderat. Jika  $\alpha < 0.50$  maka reliabilitas rendah. Jika  $\alpha$  rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

3. **Analisis Deskriptif:** Menurut Ghazali (2018) menyatakan bahwa statistic deskriptif untuk dapat memberikan gambaran dari suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, minimum, maksimum, sum, range, kurtosis dan skewness. Statistic deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu profil data sampel sebelum memanfaatkan teknik analisis statistic yang berfungsi untuk menguji hipotesis.
4. **Analisis Korelasi Pearson:** Setelah data terkumpul dan sudah menjadi data interval, selanjutnya menghitung keeratan hubungan koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y yang dilakukan dengan menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi product moment method atau dikenal dengan rumus pearson (Sugiyono, 2016) yaitu:

Dimana:

$r$  = Koefisien korelasi  
 $x$  = Variabel independen  
 $y$  = Variabel dependen  
 $n$  = jumlah responden

Untuk mengetahui tingkat keeratan korelasi digunakan acuan seperti di bawah ini:

Tabel 1 Tingkat Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,22 – 0,339	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiono (2013)

5. **Uji Asumsi Klasik:** Sebelum dilakukan hipotesis penelitian, maka data yang sudah didapat akan dimasukan dan diuji terlebih dahulu dengan uji asumsi klasik guna mengetahui apakah data tersebut sudah memenuhi asumsi asumsi dasar. Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi beberapa uji asumsi yang disyaratkan yaitu, uji asumsi normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastitas dan heterokedastitas.
6. **Uji Normalitas:** Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Azizah, 2022). Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui ada tidaknya normalitas dalam model regresi, yaitu dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika dalam distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan.
7. **Uji Multikolinieritas:** Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas berarti adanya hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi (Ajija, 2011). Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diketahui dari koefisien korelasi dari masing-masing variabel independen.

- 8. Uji Heteroskedastisitas:** Uji Heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui variansi mengalami ketidaksamaan yang ada di dalam model regresi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dinyatakan sebagai model regresi yang baik apabila terjadi tidak terjadi ketidaksamaan variansi atau heteroskedastisitas atau dapat disebut dengan homoskedastisitas (Yoga, 2022). Penelitian ini menggunakan uji Glejser dimana uji ini dilakukan dengan pengujian hipotesis sehingga lebih memberikan keyakinan pada peneliti. Dasar pengambilan keputusan hipotesis, antara lain:
1. Jika nilai Sig. (p) >0,05 maka nilai residual berdistribusi normal
  2. Jika nilai Sig. (p) <0,05 maka nilai residual berdistribusi tidak normal
- 9. Analisis Regresi Linear Sederhana:** Pada penelitian ini analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variable independen dengan variable dependen, pada penelitian ini terdapat 2 variabel yang terdiri dari 1 variabel independen yaitu pelatihan kemudian untuk variable dependennya adalah kinerja kerja. Metode ini digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidak adanya pengaruh antara variable independen dengan variable dependennya, dengan persamaan sebagai berikut:
- Y = Keputusan pembelian  
a = Konstanta  
X = Harga  
b = Koefisien regresi yang akan ditaksir
- 10. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ):** Uji koefisien determinasi menurut (Hidayat, 2018) bertujuan untuk mengukur seberapa jauhnya kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi merupakan antara nol (0) dan 1(1). Nilai yang kecil memperlihatkan bahwa kemampuan variable independen dalam menjelaskan variable dependen sangat terbatas. Kelemahan yang ada dari koefisien determinasi ialah terhadap jumlah variable independen yang dimasukkan kedalam suatu model. Setiap penambahan variable independen maka pasti akan meningkat tanpa mempedulikan apakah variable tersebut memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan model adjusted. Model adjusted dapat naik atau turun apabila ada suatu variabel independen yang ditambahkan kedalam model.
- 11. Uji T:** Menurut (Saputra, 2020) Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji T memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Kriteria pengambilan keputusan Uji T dilakukan dengan membandingkan  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$ . Perumusan hipotesis untuk melakukan uji T, sebagai berikut:
- $H_0$ : Variabel (X) tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap Variabel (Y)  
 $H_a$ : Variabel (X) memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap Variabel (Y)  
Perbandingan  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$  dinyatakan sebagai berikut:  
 $T_{hitung} > T_{tabel}$ :  $H_0$  di tolak,  $H_a$  diterima  
 $T_{hitung} < T_{tabel}$ :  $H_0$  di diterima,  $H_a$  ditolak

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji validitas pada indikator yang berisikan pernyataan dari masing-masing responden. Uji validitas ini dilakukan bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya pernyataan-pernyataan yang nantinya akan dijadikan sumber penelitian. Suatu

pernyataan dianggap valid apabila  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ . Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 94 Responden dengan signifikasi 10% sehingga dapat diketahui bahwa R tabel yaitu dan dibulatkan menjadi Berikut ini merupakan hasil dari uji validitas dari setiap pernyataan yang ada pada penelitian ini.

Tabel 2: Hasil uji validitas variabel harga (X)

Indikator Intensity				
No.	Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	Harga yang ditawarkan Soon burger terjangkau oleh masyarakat umum.	0,608	0,202	VALID
Pernyataan 2	Konsumen setuju dengan Harga produk yang ditawarkan oleh Soon Burger.	0,577	0,202	VALID
Pernyataan 3	Harga bervariasi sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan Soon Burger.	0,510	0,202	VALID
Pernyataan 4	Harga yang ditawarkan Soon Burger sesuai dengan kualitas yang didapatkan.	0,532	0,202	VALID
Pernyataan 5	Harga yang ditawarkan Soon Burger lebih murah dibandingkan pesaing di sekitar daerah Soon Burger.	0,658	0,202	VALID
Pernyataan 6	Harga yang ditawarkan Soon Burger lebih rendah dari harga pasar sekitar Soon Burger.	0,615	0,202	VALID
Pernyataan 7	Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapat di Soon Burger Poris sudah tepat.	0,571	0,202	VALID
Pernyataan 8	Produk yang ditawarkan Soon Burger memberikan manfaat yang diharapkan konsumen.	0,621	0,202	VALID
Pernyataan 9	Produk yang dijual sesuai dengan harga dan manfaat yang diberikan oleh Soon Burger.	0,675	0,202	VALID

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Tabel 3: Hasil uji validitas variabel keputusan membeli (Y)

Indikator Intensity				
No.	Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	Saya membeli produk Soon Burger sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus.	0,550	0,202	VALID
Pernyataan 2	Kualitas produk sangat baik dibandingkan dengan yang lain.	0,621	0,202	VALID
Pernyataan 3	Saya memutuskan untuk membeli produk Soon Burger setelah membandingkan dengan toko yang lain.	0,625	0,202	VALID
Pernyataan 4	Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk.	0,623	0,202	VALID
Pernyataan 5	Setelah melihat-lihat produk yang dijual saya tertarik untuk membeli produk yang dijual.	0,491	0,202	VALID
Pernyataan 6	Anda sebagai konsumen setuju bahwa produk Soon Burger mengikuti trend masa kini.	0,523	0,202	VALID
Pernyataan 7	Setelah melihat konsumen lain memakai produk soon burgersaya tertarik untuk membeli.	0,622	0,202	VALID
Pernyataan 8	Saya akan melakukan pembelian produk soon burger secara terus-menerus atau berulang-ulang.	0,628	0,202	VALID
Pernyataan 9	Kemasan produk Soon Burger sudah cukup baik.	0,640	0,202	VALID
Pernyataan 10	Saya memperoleh informasi tentang Soon Burger dari keluarga, teman atau orang lain.	0,345	0,202	VALID
Pernyataan 11	Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli di Soon Burger.	0,653	0,202	VALID

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Berdasarkan Tabel Uji Validitas diatas dapat disimpulkan data yang di dapat Valid, karena Nilai Rhitung lebih besar dari Rtabel.



## 2. Uji Reliabilitas

Tabel 4: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Min Cronbach's Alpha yang dinyatakan	No. of Items	Keterangan
Harga (X)	0,774	0,60	9	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,800	0,60	11	Reliabel

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan dari uji reliabilitas yang dilakukan kepada 94 responden, maka dapat dilihat bahwa variabel X dan Y memiliki *Alpha Cronbach's*  $> 0,60$ . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan pada masing-masing variabel X dan Y dinyatakan reliabel sehingga dapat melanjutkan ke uji yang selanjutnya yaitu uji deskriptif.

## 3. Uji Deskriptif

Hasil dari statistic deskriptif merupakan penyederhanaan dari data responden yang telah terkumpul. Berikut merupakan analisis statistic deskriptif:

Tabel 5: Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga (X)	94	2.11	5.00	3.8877	.48760
Keputusan Pembelian (Y)	94	2.64	5.00	4.9903	.47891
Valid N (listwise)	94				

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5 diatas hasil output menunjukkan bahwa Harga memiliki total responden (N) sebanyak 94 orang yang mana nilai yang diberikan oleh responden nilai paling kecil adalah 2,11 dan nilai paling besar adalah 5 Dari hasil terkecil dan terbesar maka didapatkan selisih (range) antara keduanya yaitu 26 Jumlah jawaban dari total 94 responden dalam variabel Harga adalah sebesar 388,77 Rata-rata jawaban responden dalam pernyataan yang diberikan mendapatkan hasil 3,8877 dengan standar deviasi sebesar 0,4876. Keputusan Pembelian memiliki total responden (N) sebanyak 94 orang yang mana nilai yang diberikan oleh responden nilai paling kecil adalah 2,64 dan nilai paling besar adalah 5 Dari hasil terkecil dan terbesar maka didapatkan selisih (range) antara keduanya yaitu 26 Jumlah jawaban dari total 94 responden dalam variabel Harga adalah sebesar 499,03 Rata-rata jawaban responden dalam pernyataan yang diberikan mendapatkan hasil 4,9903 dengan standar deviasi sebesar 0,47891.

## 4. Uji Korelasi Pearson

Tabel 6: Uji Korelasi Pearson

Correlations			
		Harga	Keputusan Pembelian
Harga	Pearson Correlation	1	.482**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	94	94
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.482**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	94	94

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

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Berdasarkan tabel 6 nilai signifikansi dari variable Harga dan Keputusan Pembelian adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai Pearson Correlation yang didapatkan variable Harga dan Keputusan Pembelian adalah sebesar 1 maka dapat disimpulkan variable harga berkorelasi sempurna.

## 5. Uji Normalitas

Tabel 7: Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Tes

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.61622171
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.041
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.486
	99% Confidence Interval Lower Bound	.473
	Upper Bound	.499

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Dari tabel 7 dapat lihat bahwa kedua variabel yaitu Harga terhadap Keputusan pembelian memiliki nilai Excat Sig 0,200 lebih besar dari 0,1 ( $0,200 > 0,1$ ), sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat normalitas dan data residual berdistribusi normal.

## 6. Uji Multikolinearitas

Tabel 8: Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized t Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.151	.352	6.117	.000			
	HARGA	.473	.090	.482	.000	1.000	1.000	

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 8 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) berada dibawah 10 dan nilai *Tolerance* berada diatas 0,1. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel independent (variabel bebas) diatas tidak terjadi korelasi atau

multikolinearitas, sehingga model regresi bebas dari multikolinearitas dan dapat melanjutkan ke uji selanjutnya yaitu uji heteroskedastisitas.

## 7. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 1: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.379	.221		1.710
	HARGA	-.014	.057	-.026	-.248

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Data tabel 9 diatas merupakan hasil penelitian menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser merupakan uji yang menggunakan hipotesis dengan tujuan agar hasil lebih meyakinkan. Dilihat dari data diatas, angka Sig. pada variabel X yaitu Harga menunjukkan angka 0,805 dan dilihat dari dasar pengambilan keputusan hipotesis menyatakan bahwa:

1. Jika nilai Sig. (p) > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
2. Jika nilai Sig. (p) 0,05 dan X2 yaitu 0,934 > 0.05 yang artinya semua variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## 8. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 2: Hasil analisis regresi linear sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	2.151	.352		6.117
	HARGA	.473	.090	.482	5.274

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Nilai konstanta adalah sebesar **2,151**, yang berarti nilai koefisien variabel Harga sebesar **2,151**. Dilihat dari perumusan diatas, nilai konstanta menghasilkan nilai sebesar 2,151 dimana variabel dependen yaitu keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 2,151. Nilai koefisien regresi Harga (X) menghasilkan nilai sebesar 0.473 yang artinya apabila variabel X mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar +0.473 yang artinya, Harga menunjukkan tingkat pengaruh sebesar 47,3% sehingga dapat disimpulkan Harga menunjukkan arah yang positif sehingga semakin bersaing harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian yang terjadi di Soon Burger Poris.

## 9. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 3: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482 <sup>a</sup>	.232	.224	.42193

a. Predictors: (Constant), HARGA

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Berdasarkan data tabel dari uji koefisien determinasi diatas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,232 Hal ini dapat diketahui dari rumus koefisien determinasi  $KD = R^2 \times 100\%$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel X yaitu Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 23,2% dan sisanya sebesar 76,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 10. Uji T

Tabel 4: Hasil Uji T

### Coefficients<sup>a</sup>

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.151	.352		6.117	.000
	HARGA	.473	.090	.482	5.274	.000

### a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data hasil olahan, 2022

Berdasarkan tabel 12 di atas, Uji Hipotesis Parsial (Uji T) dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang terjadi antara Harga terhadap Keputusan Pembelian. Adapun kriteria yang diperlukn dalam melakukan pengujian hipotesis ini, antara lain sebagai berikut:

$H_0$  : Harga tidak mempengaruhi Keputusan Pembelian di Soon Burger Poris Indah, Tangerang.

$H_a$  : Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian di Soon Burger Poris Indah, Tangerang.

Dapat dilihat bahwa variabel Harga (X) memiliki nilai Sig sebesar  $0,000 > 0,1$  dan nilai  $T_{hitung}$  **5,274**  $> T_{tabel}$  1,661. Dengan penjabaran terhadap uji T tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Soon Burger Poris Indah, Tangerang. Dari hasil uji diatas dapat dikatakan bahwa  $H_a$  yang diajukan pada penelitian ini dapat diterima karena nilai  $T_{hitung}$  5,274 lebih besar daripada  $T_{tabel}$  1,661 dan  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Soon Burger Poris Indah, Tangerang. Dengan demikian, Harga yang ditawarkan oleh Soon Burger Poris Indah, Tangerang berhasil membuat tamu melakukan/ mengambil keputusan pembelian di Soon Burger Poris Indah, Tangerang.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian di Soon Burger Poris Indah dari data yang diolah menggunakan bantuan program SPSS versi 27 dengan melakukan pengumpulan data dari penyebaran kuseinoer kepada 94 responden yang pernah memakan produk dari Soon Burger dapat ditarik disimpulkan sebagai berikut:

1. Tamu yang pernah mengunjungi Soon Burger mayoritas adalah perempuan yang berumur 18-24 tahun diikuti dengan usia 26-30 tahun yang berdomisili di Tangerang, bekerja sebagai Karyawan swasta dan Mahasiswa/Mahasiswi dengan rata rata penghasilan per bulannya <Rp 3.000.000
2. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat dilihat bahwa variabel Harga (X) memiliki nilai Sig sebesar  $0,000 > 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  **5,274**  $> T_{tabel}$  1,661. Dengan penjabaran terhadap

- uji T tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) di Soon Burger Poris Indah Tangerang.
3. Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa uji mean pada variabel X (Harga) nilai minimum adalah 1, nilai maximum adalah 5 dan nilai mean (rata-rata) tertinggi ialah pada pernyataan “Harga yang ditawarkan Soon burger sesuai dengan kualitas yang didapatkan. “dengan nilai 4.35, sedangkan nilai mean terendah ada pada pernyataan “Harga yang ditawarkan Soon Burger lebih rendah dari harga pasar” dengan nilai 3.65. Pada variabel Y (Keputusan Pembelian) nilai minimum adalah 1, nilai maximum adalah 5, dan nilai mean tertinggi ada pada pernyataan “Saya memperoleh informasi tentang Soon burger dari keluarga, teman, atau orang lain.” dengan nilai 4.47, dimana nilai tersebut masuk dalam kategori Sangat Baik, sedangkan nilai mean terendah ada pada pernyataan “Saya memutuskan untuk membeli produk Soon Burger setelah membandingkan dengan toko yang lain.” dengan nilai 3.92 nilai tersebut masuk kedalam kategori Cukup Baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anderha, R. R., & Maskar, S. (2021). Pengaruh Kemampuan Numerasi Dalam Menyelesaikan Masalah Matematika Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Matematika. *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.33365/ji-mr.v2i1.774>
- Arini, D., Supeni, R. I., & Rozi, A. F. (2020). *Studi Empirik Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Larissa Aesthetic Center Jember*. 11(1), 77–89.
- Arumsari, D. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua* (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah ) [Universitas Diponegoro]. In *Institutional Repository (UNDIP-IR)*. [http://eprints.undip.ac.id/35569/1/JURNAL\(edit\).pdf](http://eprints.undip.ac.id/35569/1/JURNAL(edit).pdf)
- Azizah, V. N. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Cita Rasa, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Bubur Ayam Di Kemayoran). In *Repository STIE Indonesia Jakarta*.
- Fadli, M. Z. (2021). *Komunikasi Persuasif Penjual Hewan Untuk Menarik Minat Pembeli Di Pasar Hewan Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo*. [uri:%09http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/16709](http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/16709)
- Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 750–760.
- Hidayat, R. R. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Pembeli Gula Aren Sawit di desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86.
- Imandiar, Y. P. (2021). Bamsot Sebut Kuliner Indonesia Bisa Jadi Peluang Usaha Potensial. *Detiknews*. <https://news.detik.com/berita/d-5871610/bamsot-sebut-kuliner-indonesia-bisa-jadi-peluang-usaha-potensial>
- Irfayanti, D., & Saraswati, E. (2020). Analisis Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk Hijab Merek Azara. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 94. <https://doi.org/10.47201/jamin.v3i1.67>
- Kumala, F. O. N., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–39. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p26-39>
- Manalu, R. H. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pocos Le Cafe Kota Padangsidimpuan)* [Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara]. <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Mas'ud, M. R. A. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Oli Mesran Pada CV. New Blok M Di Kota Sidoarjo. In *Repository UPN Jatim* (Vol. 5, Issue 3).
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study : the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 2(1), 267–273.
- Muchsinin, & Rahmawati, T. (2020). Teori Hipotesa dan Proposisi Penelitian. *SCHOLASTICA: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2(2), 188–203.
- Nugroho, D. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Tono Motor Di Kota Semarang*. Universitas Semarang.
- Redaksi. (2019). Bisnis Kuliner Berkembang Pesat di Tangerang. *Radar Banten*. <https://www.radarbanten.co.id/bisnis-kuliner-berkembang-pesat-di-tangerang/>
- Rocket Info. (2019). Sejarah Singkat Asal Mula Burger Dan Perkembangannya Di Dunia. *Rocket Chicken*. <https://rocketchicken.co.id/info/sejarah-singkat-asal-mula-burger-dan-perkembangannya-di-dunia>
- Rosmitha, S. N. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian KArtu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Rugayah. (2019). Menyusuri Perjalanan Fast Food di Indonesia. *LPM Opini Online*. <https://lpmopini.online/menyusuri-perjalanan-fast-food-di-indonesia/>
- Saputra, R. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru* (Issue Universitas Islam Riau). Universitas Islam Riau.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1573>
- Setiadi, E. (2020). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Syrup Monin Pada PT. Kharisma Sukses Gemilang* [Universitas Buddhi Dharma]. <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation%0Ahttp://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2017.81005%0Ahttp://www.scirp.org/journal/PaperDownload.aspx?DOI=10.4236/as.2012.34066%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.pbi.2013.02.0>
- Soei, C. N., Sabijono, Ha., & Runtu, T. (2014). *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus PRicing Pada UD. Sinar Sakti*. 2(3), 208–217.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Yazid, I., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gajah Mada Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 305–314. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26367>
- Yoga, M. H. (2022). *Analisis Pengaruh Kompetensi, Fasilitas Kerja, Disiplin Kerja, Da Kompensasi Terhadap Produktivitas KErja Crew Kapal PT. Pupuk Indonesia Logistik*.