

DOI: <https://doi.org/10.70285/1pkgj294>

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Cat Mowilex di Toko Kemenangan Jaya Jakarta Pusat

Irma Dermaisari ^{1*}, Arman Syah ²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia ^{1,2}irma.dermaisari23@gmail.com ^{1*}, dosen02017@unpam.ac.id ²

Received 15 Februari 2026 | Revised 23 Februari 2026 | Accepted 24 Maret 2026

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk cat Mowilex di Toko Kemenangan Jaya Jakarta Pusat. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan populasi berdasarkan data dari buku pembelian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan rumus Slovin, sehingga diperoleh sampel sebanyak 93 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier sederhana dan berganda. Selain itu, dilakukan uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji t, uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(8,450 > 1,987)$. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(7,507 > 1,987)$. Kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(53,777 > 3,10)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian berpengaruh regresi $Y = 4,274 + 0,510 X_1 + 0,336 X_2$. Hasil nilai *R-square* sebesar 54,4%, sedangkan sisanya 45,6% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Keputusan Pembelian.

Abstract

*This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions for Mowilex paint products at Toko Kemenangan Jaya, Central Jakarta. The method used is quantitative with a population based on data from the purchase book. The sampling technique used probability sampling with the Slovin formula, so that a sample of 93 respondents was obtained. The data analysis methods used in the study include instrument tests, classical assumption tests, and simple and multiple linear regression analysis. In addition, the correlation coefficient test, the coefficient of determination test, and the t test, F test were carried out. The results of this study indicate that product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions, the value of $t_{count} > t_{table}$ or $(8.450 > 1.987)$. Price has a positive and significant influence on purchasing decisions with a value of $t_{count} > t_{table}$ or $(7.507 > 1.987)$. Product quality and price have a positive and significant influence on purchasing decisions with a value of $F_{hitung} > F_{tabel}$ or $(53,777 > 3.10)$ with a significance value of $0.000 < 0.05$. Product quality and price on purchasing decisions have a regression effect $Y = 4.274 + 0.510 X_1 + 0.336 X_2$. The result of the *R-square* value is 54.4%,*

while the remaining 45.6% is influenced by other factors or variables not examined in this study.

Keywords: *Product Quality ; Price ; Purchase Decision.*

PENDAHULUAN

Seiring bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia, maka akan meningkat pula kebutuhan akan tempat tinggal. Sehingga dampak yang diberikan dari peningkatan jumlah penduduk salah satunya menciptakan peluang bagi perusahaan bahan bangunan terutama cat. Dengan pertumbuhan ini, permintaan akan produk cat juga meningkat seiring dengan pembangunan rumah, gedung, dan infrastruktur. Selain itu, kesadaran akan pentingnya perawatan dan perlindungan terhadap permukaan bangunan juga dapat menjadi faktor yang memengaruhi minat tinggi terhadap produk cat.

PT Mowilex Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang didirikan dengan usaha untuk menjadi pelopor dalam industri cat, dimulai dari menjadi produsen cat pertama yang memproduksi cat berbahan dasar air yang ramah lingkungan di Indonesia. Mereka memiliki sejarah yang panjang dalam tanggung jawab perusahaan dan komitmen untuk melestarikan serta melindungi lingkungan di mana pun mereka beroperasi. Selain itu, Mowilex juga dikenal karena berbagai inovasi, seperti menjadi produsen cat pertama yang menjual cat berdasarkan volume, meraih sertifikasi Netral Karbon pertama di Indonesia, dan menetapkan standar VOC (*Volatile Organic Compounds*) yang tinggi. berkonsep *green factory* atau ramah lingkungan dan telah mulai beroperasi secara massal sejak Januari 2022 setelah dibangun sejak tahun 2020.

Perkembangan industri cat ini tidak lepas dari peran Toko Bangunan yang menjadi saluran distribusi utama bagi produk cat, serta memastikan ketersediaan produk yang beragam untuk konsumen. Selain itu, aksesibilitas toko bangunan yang luas memungkinkan konsumen dengan berbagai kebutuhan untuk memperoleh produk cat dengan mudah. Sebagai salah satu toko bangunan yang beroperasi di Jakarta Pusat, Toko Kemenangan Jaya telah beroperasi sejak tahun 1980 merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan bahan bangunan seperti granit, keramik, cat, dan sanitary.

Untuk dapat meningkatkan penjualan, kualitas produk menjadi salah satu aspek penting untuk dapat bersaing di industri bahan bangunan terutama cat. Karena cat menjadi tolak ukur sebuah bangunan dapat dikatakan bagus atau tidak. Menurut Riyono dan Gigih Erik Budiharja (2016), "kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan". Dengan meningkatnya keinginan konsumen akan produk cat yang berkualitas, Banyak perusahaan cat yang terus bermunculan dan menawarkan berbagai jenis atau variasi cat, sehingga produsen cat Mowilex perlu untuk terus mengembangkan produk yang berkualitas. Hal ini memiliki dampak yang signifikan terhadap preferensi konsumen. Konsumen cenderung memilih merek cat berdasarkan kualitasnya, yang mencakup faktor-faktor seperti daya tahan, kekuatan warna, kemudahan aplikasi, dan ketahanan terhadap cuaca. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai bagaimana kualitas produk,

hususnya dalam kasus Cat Mowilex, memengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sangatlah penting.

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, harga sering kali menjadi salah satu faktor kunci yang mempengaruhi pilihan konsumen. Peran harga sangat signifikan dalam keputusan konsumen, berfungsi sebagai alat alokasi dan penyampaian informasi. Fungsi alokasi harga membantu konsumen dalam menentukan cara untuk mendapatkan manfaat atau utilitas maksimal sesuai dengan daya beli mereka. Pembeli biasanya akan membandingkan harga dari berbagai pilihan yang ada sebelum memutuskan berapa banyak anggaran yang ingin mereka alokasikan. Diungkapkan oleh Komang dan Sintia (2021:778), penetapan harga yang tidak tepat dapat mengakibatkan kerugian besar bagi perusahaan, karena dapat membuat produk mereka sulit terjual di pasar.

Lupiyadi (2023:136) menekankan bahwa harga memiliki peran krusial dalam bauran pemasaran, karena penetapan harga langsung berhubungan dengan pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan. Perusahaan perlu mempertimbangkan keadaan ekonomi konsumen agar produk mereka dapat dijangkau. Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisa pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Cat Mowilex di Toko Kemenangan Jaya Jakarta Pusat.

METODE

Penelitian Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, sesuai dengan konsepsi penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018:8). Pendekatan ini terakar pada filsafat positivisme, menekankan pada penelitian terhadap suatu populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data melalui instrumen penelitian, dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik. Penelitian ini bersifat empiris dan bertujuan untuk menguji dampak Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas Kualitas Produk (X_1), dan Harga (X_2) terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan Pembelian (variabel terkait), baik secara parsial maupun simultan. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah SPSS (*Statistical Package for the Sosial Sciences*) versi 25.

Populasi merujuk pada lingkup generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, diikuti oleh penarikan kesimpulan dari hasilnya. Populasi tidak hanya mencakup individu atau orang, tetapi juga melibatkan objek dan elemen alam lainnya. Lebih dari sekadar jumlah individu atau objek yang menjadi fokus penelitian, populasi melibatkan semua karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang menjadi perhatian penelitian (Sugiyono, 2018:139). Dalam kerangka penelitian ini, populasi terdiri dari pelanggan Produk Cat Mowilex di Kota Jakarta Pusat dengan jumlah data sebanyak 1.248 yang tercantum dalam buku pembelian Sampel responden data penelitian ini disesuaikan yaitu sebanyak 93 responden. Menurut Sugiyono (2017:81), sampel didefinisikan sebagai "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut."

HASIL dan PEMBAHASAN**HASIL**

Hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian terhadap Regresi Linier Sederhana $Y = 7,747 + 0,721 X_1$ nilai korelasi sebesar 0,663 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi $Y = 16,797 + 0,551 X_2$ nilai korelasi sebesar 0,618 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi $Y = 4,274 + 0,510 X_1 + 0,336 X_2$ nilai korelasi sebesar 0,738 artinya secara simultan memiliki tingkat hubungan yang kuat. nilai koefisien determinasi sebesar 54,4% dan sisanya sebesar 45,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	4,27	3,186		1,341	0,18
1 Kualitas Produk (X1)	0,51	0,09	0,469	5,657	0
Harga (X2)	0,34	0,074	0,377	4,55	0

Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Data Diolah SPSS 25 (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

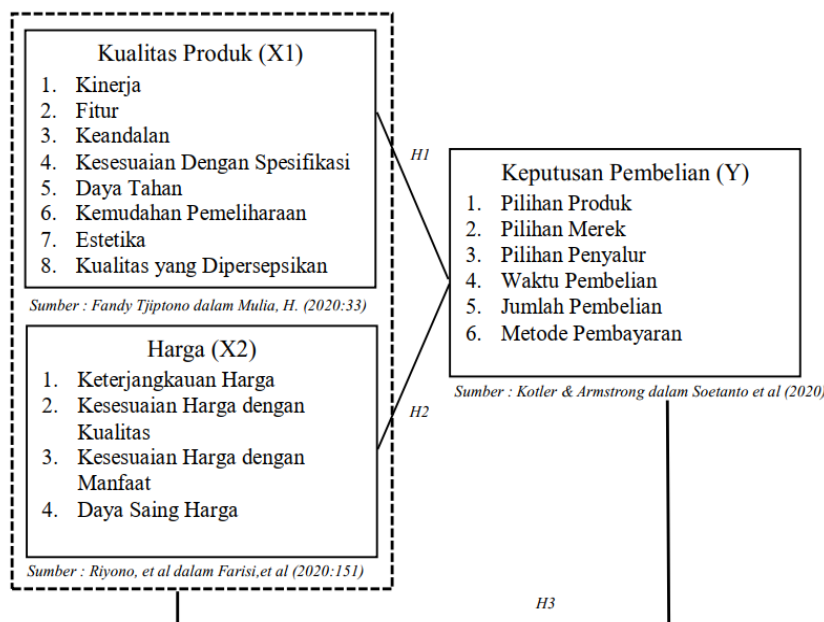
$$Y = 4,274 + 0,510 X_1 + 0,336 X_2$$

Persamaan ini menunjukkan hubungan antara variabel independen, yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Makna dari persamaan ini dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 4,274 memiliki arti bahwa apabila variabel Kualitas Produk dan Harga dianggap tidak berpengaruh atau bernilai nol, maka keputusan pembelian konsumen tetap berada pada tingkat 4,274. Ini mencerminkan adanya faktor-faktor lain di luar kedua variabel tersebut yang tetap memengaruhi dasar pengambilan keputusan pembelian, meskipun dalam penelitian ini tidak dijadikan fokus utama. Nilai konstanta yang positif juga mengindikasikan bahwa terdapat kecenderungan keputusan pembelian tetap terjadi dalam kondisi dasar.
- Nilai koefisien regresi pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,510 menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya, setiap peningkatan satu satuan dalam persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,510 satuan, dengan asumsi bahwa variabel harga tetap. Hal ini

menegaskan bahwa konsumen sangat mempertimbangkan aspek kualitas sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, sehingga perusahaan harus menjaga dan meningkatkan mutu produk sebagai bagian dari strategi pemasaran.

- c. Nilai koefisien regresi pada variabel Harga (X2) sebesar 0,336 menunjukkan bahwa harga juga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa ketika harga produk dianggap sesuai, terjangkau, atau mencerminkan nilai yang sebanding dengan kualitas yang ditawarkan, maka keputusan pembelian konsumen cenderung meningkat sebesar 0,336 satuan untuk setiap peningkatan satu satuan dalam persepsi terhadap harga. Ini menunjukkan pentingnya peran strategi penetapan harga dalam mendorong perilaku pembelian, di mana konsumen akan lebih termotivasi untuk membeli produk yang menawarkan harga yang wajar dan kompetitif.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

PEMBAHASAN

Tabel 2. Hasil Koefisien Kolerasi Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Model	R	R Square		
1	,738 ^a	0,544	0,534	5,667

Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Data Diolah SPSS 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 2. nilai koefisien korelasi R sebesar 0,738 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai R ini mengindikasikan bahwa kedua variabel bebas tersebut memiliki keterkaitan yang cukup erat dengan variabel dependen, sehingga perubahan pada kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Tabel 3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,738 ^a	0,544	0,534	5,667

a. Predictors: (Constant), Harga (X_2), Kualitas Produk (X_1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Data Diolah SPSS 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 3. nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,544 menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) mampu menjelaskan 54,4% variasi dalam keputusan pembelian (Y). Artinya, lebih dari separuh perubahan dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut secara bersama-sama, sedangkan sisanya 45,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model.

Tabel 4. Hasil Uji t (Parsial) Variabel Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7,747		2,27	0,026
	Kualitas Produk (X1)	0,721	0,085	0,663	8,45

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Data Diolah SPSS 25 (2025)

Dari tabel 4. di atas, nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk (X_1) adalah 8,450 dengan nilai signifikansi 0,000, yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,450 > 1,987$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

**Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial) Variabel Harga (X2)
Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16,797		6,33	0
	Harga (X2)	0,551	0,073	7,51	0

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Hasil Data Diolah SPSS 25 (2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi parsial menggunakan SPSS, nilai t_{hitung} untuk variabel Harga (X2) adalah 7,507 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t_{hitung} (7,507) > t_{tabel} yaitu 1,987 pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian, maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.

**Tabel 6. Hasil Hipotesis Uji F (Simultan) Kualitas Produk (X1)
dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3454,26	2	1727,13	53,777	,000 ^b
	Residual	2890,47	90	32,116		
	Total	6344,73	92			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber : Hasil Data Diolah SPSS 25 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan yang disajikan dalam Tabel 4.25, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 53,777 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena F_{hitung} (53,777) > F_{tabel} (3,10) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka keputusan yang diambil adalah menolak H_{03} dan menerima H_{a3} .

SIMPULAN

Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Cat Mowilex di Toko Kemenangan Jaya Jakarta Pusat. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji regresi $Y = 7,747 + 0,721 X_1$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 7,747 diartikan jika variabel Kualitas Produk (X1) tidak berubah, maka Keputusan Pembelian (Y) akan berada pada angka

7,747 sebagai nilai dasar. Hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,450 > 1,987$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Toko Kemenangan Jaya.

Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Cat Mowilex di Toko Kemenangan Jaya Jakarta Pusat. Hasil regresi sebesar $Y = 16,797 + 0,551 X_2$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 16,797 menunjukkan bahwa jika variabel Harga (X_2) dianggap tetap atau tidak mengalami perubahan, maka keputusan pembelian (Y) akan berada pada angka 16,797 sebagai nilai dasar, uji t menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,507 > 1,987$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Toko Kemenangan Jaya.

Secara Simultan, Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Cat Mowilex di Toko Kemenangan Jaya Jakarta Pusat. Hal ini dibuktikan dari hasil persamaan regresi diperoleh adalah $Y = 4,274 + 0,510 X_1 + 0,336 X_2$, hasil uji F dengan nilai $F_{hitung} (53,777) > F_{tabel} (3,10)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan secara simultan antara Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Toko Kemenangan Jaya.

PENGHARGAAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan berharga selama penyusunan penelitian ini. Masukan konstruktif dan motivasi yang diberikan menjadi pondasi penyelesaian penelitian dengan hasil memuaskan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyediaan data dan informasi yang akurat, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Farisi, A., Riyono, & Budiharja, G. E. (2020). *Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(2), 145–155.
2. Komang, & Sintia. (2021). *Penetapan harga dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Manajemen, 12(4), 775–782.
3. Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
4. Lupiyoadi, R. (2023). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
5. Mulia, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
6. Riyono, B., & Budiharja, G. E. (2016). *Kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 19(2), 134–145.

7. Soetanto, A., Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 8(3), 200–210.
8. Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
9. Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
10. Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.