

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 59 orang responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang angkatan 2014 yang pernah membeli sepatu Converse. Penyebaran kuesioner dilakukan pada saat selesai perkuliahan. Peneliti memohon kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang angkatan 2014 yang pernah membeli sepatu Converse untuk bersedia melakukan pengisian kuesioner. Banyak dari responden yang awalnya menolak, namun karena kasihan kepada peneliti maka mereka melakukan pengisian kuesioner dengan didampingi oleh peneliti. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada 59 orang responden, maka didapatkan gambaran umum responden sebagai berikut:

Tabel 4.1

Gambaran Umum Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	36	61,02%
2	Perempuan	23	38,98%
Total		59	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang angkatan 2014

yang pernah membeli sepatu Converse berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 61 orang (61,02%), sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 23 orang (38,98%).

Tabel 4.2

Waktu Pembelian Terakhir Responden

No	Pembelian Terakhir	Jumlah	%
1	1 bulan terakhir	9	15,25
2	3 bulan terakhir	15	25,42
3	6 bulan terakhir	13	22,03
4	12 bulan terakhir	22	37,29
Total		59	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.2, diketahui bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang angkatan 2014 paling banyak melakukan pembelian terakhir pada 12 bulan terakhir yaitu sebanyak 22 orang (37,29%), sedangkan responden paling sedikit melakukan pembelian terakhir dalam 1 bulan terakhir yaitu sebanyak 9 orang (15,25%).

4.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian

4.2.1 Kategori Responden Variabel Kualitas produk

Kualitas produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Indikator dari kualitas produk meliputi :

h. Kinerja

Sepatu sneakers Converse memiliki fungsi yang sesuai dengan harapan konsumen

i. Daya tahan produk

Kekuatan sepatu Converse untuk digunakan di berbagai medan.

j. Keandalan

Sepatu Converse dapat digunakan hingga lebih dari dua tahun tanpa rusak.

k. Konformasi

Sepatu Converse memiliki spesifikasi yang sesuai dengan kelasnya.

l. Kemampuan pelayanan

Wiraniaga sepatu Converse memberikan pelayanan yang cepat, ramah dan sopan

m. Estetika

Konsumen merasa bahwa desain sepatu Converse menarik bagi seleranya

n. Kualitas yang dirasakan

Menggunakan sepatu Converse dirasakan nyaman oleh penggunanya.

Kategori skor indikator kualitas produk ditunjukkan dengan tabel 4.3 sedangkan skor tanggapan responden disampaikan pada tabel 4.3:

Tabel 4.3

Kategori Skor Indikator Kualitas Produk

Skor	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Indikator 4	Indikator 5	Indikator 6	Indikator 7
1,00 – 1,80	Sangat tidak enak	Sangat lemah	Sangat tidak setuju	Sangat tidak sesuai	Ketus	Sangat buruk	Kurang nyaman
1,81 – 2,60	Tidak enak	Lemah	Tidak setuju	Tidak sesuai	Cukup ketus	Buruk	Cukup nyaman
2,61 – 3,40	Cukup enak	Cukup kuat	Cukup setuju	Cukup sesuai	Biasa saja	Cukup	Biasa saja
3,41 – 4,20	Enak	Kuat	Setuju	Sesuai	Ramah	Baik	Nyaman
4,21 – 5,00	Sangat enak	Sangat kuat	Sangat setuju	Sangat sesuai	Sangat Ramah	Sangat baik	Sangat nyaman

Keterangan :

- a. Indikator 1: Kinerja
- b. Indikator 2: Daya tahan produk
- c. Indikator 3: Keandalan
- d. Indikator 4: Konformasi
- e. Indikator 5: Kemampuan pelayanan
- f. Indikator 6: Estetika
- g. Indikator 7: Kualitas yang dirasakan

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Tabel 4.4
Kategori Reponden Variabel Kualitas produk

Indikator		1	2	3	4	5	Jml	Rata-Rata Skor	Kategori
Bahan sepatu Converse membuat sepatu Converse enak digunakan untuk jalan	Frekuensi	3	2	12	33	9	59	3,73	Enak
	Bobot	3	4	36	132	45	220		
Sekuat apa daya tahan produk sepatu Converse	Frekuensi	2	4	18	27	8	59	3,59	Kuat
	Bobot	2	8	54	108	40	212		
Sepatu Converse dapat digunakan selama dua tahun tanpa rusak	Frekuensi	2	5	2	31	19	59	4,02	Setuju
	Bobot	2	10	6	124	95	237		
Sejauh mana kesesuaian spesifikasi sepatu Converse dengan keinginan konsumen	Frekuensi	3	7	11	28	10	59	3,59	Sesuai
	Bobot	3	14	33	112	50	212		
Seramah apa pelayanan dari wiraniaga Converse	Frekuensi	3	2	14	33	7	59	3,66	Ramah
	Bobot	3	4	42	132	35	216		
Sebaik apa desain sepatu Converse	Frekuensi	3	4	17	30	5	59	3,51	Baik
	Bobot	3	8	51	120	25	207		
Senyaman apa pemakaian sepatu Converse	Frekuensi	3	5	20	25	6	59	3,44	Nyaman
	Bobot	3	10	60	100	30	203		
								3,65	Baik

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.6, tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk memiliki skor 3,65 artinya kualitas produk dari Sepatu Converse baik. Kualitas sepatu Converse dianggap baik karena responden merasa ada kesesuaian antara spesifikasi yang diinginkan oleh responden seperti bahan sepatu Converse, kekuatan daya tahan sepatu Converse, penggunaan sepatu selama lebih dari dua

tahun, keramahan pelayanan, desain dan kenyamanan penggunaan sepatu Converse yang sesuai dengan harapan responden.

Secara rinci, tanggapan responden terhadap indikator kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Responden merasa bahan sepatu Converse membuat sepatu Converse enak digunakan untuk jalan (3,73)
2. Responden merasa Sepatu Converse memiliki daya tahan yang kuat (3,59)
3. Responden merasa Sepatu Converse dapat digunakan selama minimal dua tahun tanpa rusak (4,02).
4. Responden merasa Sepatu Converse juga memiliki kesesuaian dengan keinginan konsumen yang menginginkan sepatu yang mengikuti trend dan tidak panas ketika digunakan (3,59).
5. Responden merasa para wiraniaga Converse juga cukup ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan memberikan informasi-informasi terkait dengan sepatu Converse yang lengkap (3,66).
6. Responden juga menyatakan bahwa desain sepatu Converse baik (3,51), serta pemakaian sepatu Converse nyaman digunakan (3,44).

Tabel 4.7

Jawaban Pertanyaan Open Quest Variabel Kualitas Produk

Indikator	Open Quest	Jawaban Open Quest
1	Apa yang membuat Anda merasa sepatu Converse enak digunakan untuk jalan?	Responden merasa bahwa sepatu Converse enak digunakan untuk jalan karena insole sepatu Converse menggunakan bahan yang empuk yaitu memory foam sehingga enak digunakan untuk jalan. Selain itu ada juga responden yang menyatakan bahwa outsole sepatu Converse yang bertekstur membuat sepatu Converse tidak licin ketika digunakan untuk berjalan
2	Apa yang membuat Anda merasa daya tahan sepatu Converse kuat?	Responden merasa bahwa daya tahan sepatu Converse kuat karena sepatu Converse menggunakan bahan pelapis karet sehingga membuat sepatu Converse dapat bertahan ketika digunakan baik secara casual maupun dalam medan yang ekstrim.
3	Mengapa sepatu Converse dapat digunakan selama dua tahun tanpa rusak?	Responden merasa bahwa sepatu Converse dapat digunakan selama dua tahun tanpa rusak karena adanya material lain seperti resin serta dapat dicuci dalam mesin cuci. Responden lain berpendapat penggunaan selama dua tahun lebih dapat dilakukan dengan memberikan perawatan seperti waxing dan air cooling.
4	Apa contoh kesesuaian spesifikasi sepatu Converse dengan keinginan Anda?	Responden menyatakan menginginkan sepatu yang awet, trendy, berbahan dasar karet dan semi kulit serta menggunakan insole memory foam, Converse mampu memenuhi seluruh kebutuhan responden tersebut.
5	Bagaimana bentuk keramahan wiraniaga sepatu Converse?	Responden menyatakan keramahan wiraniaga sepatu Converse adalah dengan memberikan salam, sapa dan senyum kepada semua konsumen walaupun tidak jadi membeli.
6	Seperti apa desain sepatu Converse yang Anda anggap baik?	Desain sepatu yang dianggap baik oleh responden adalah desain sepatu yang simple, tidak norak, warna tidak terlalu mencolok, tekstur minimal namun terlihat trendy, mengikuti gaya terbaru serta terlihat mahal.

Indikator	Open Quest	Jawaban Open Quest
7	Apa yang membuat sepatu Converse nyaman dipakai?	Responden merasa bahwa sepatu Converse nyaman dipakai karena sepatu Converse terasa empuk.

Sumber : Data primer diolah



4.3.2 Kategori Responden Variabel Harga

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Indikator dari harga meliputi:

d. Kompetitivitas harga

Harga sepatu Converse mampu bersaing dengan merk sepatu lainnya.

e. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga adalah kemampuan konsumen untuk melakukan pembelian sepatu Converse.

f. Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan.

Kesesuaian antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan kualitas sepatu Converse yang dibelinya.

Kategori skor indikator harga ditunjukkan dengan tabel 4.8 sedangkan skor tanggapan responden disampaikan pada tabel 4.9:

Tabel 4.8

Kategori Skor Indikator Harga

Skor	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3
1,00 – 1,80	Kurang kompetitif	Tidak terjangkau	Sangat tidak sesuai
1,81 – 2,60	Cukup kompetitif	Kurang terjangkau	Tidak sesuai
2,61 – 3,40	Biasa saja	Cukup terjangkau	Cukup sesuai
3,41 – 4,20	Kompetitif	Terjangkau	Sesuai
4,21 – 5,00	Sangat kompetitif	Sangat terjangkau	Sangat sesuai

Keterangan :

a. Indikator 1: Kompetitivitas harga

b. Indikator 2: Keterjangkauan harga

c. Indikator 3: Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Tabel 4.9
Kategori Responden Variabel Harga

Indikator		1	2	3	4	5	Jml	Rata-Rata Skor	Kategori
Sepatu Converse memiliki harga kompetitif dibanding sepatu lain	Frekuensi	5	3	13	25	13	59	3,64	Kompetitif
	Bobot	5	6	39	100	65	215		
Sepatu Converse memiliki harga yang sangat terjangkau	Frekuensi	5	4	11	21	18	59	3,73	Terjangkau
	Bobot	5	8	33	84	90	220		
Seberapa sesuai harga sepatu Converse dengan manfaat yang didapatkan	Frekuensi	3	3	11	33	9	59	3,71	Sesuai
	Bobot	3	6	33	132	45	219		
								3,69	Kompetitif

Secara rinci, tanggapan responden terhadap indikator harga adalah sebagai berikut:

1. Sepatu Converse dirasakan memiliki harga yang kompetitif sehingga dapat bersaing dengan sepatu merek lain dengan spesifikasi yang serupa (3,64).
2. Keterjangkauan harga sepatu Converse membuat konsumen menjadi tertarik untuk membelinya (3,73)

3. Responden juga merasa adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas sepatu yang didapatkan membuat konsumen menginginkan mendapatkan manfaat tambahan seperti diskon member card Converse (3,71).

Berdasarkan tabel 4.9, tanggapan responden terhadap variabel harga menunjukkan angka rata-rata 3,69 artinya harga Sepatu Converse kompetitif, terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang didapatkan oleh responden.

Tabel 4.10

Jawaban Pertanyaan Open Quest Variabel Harga

Indikator	Open Quest	Jawaban Open Quest
1	Bagaimana harga sepatu Converse dibandingkan dengan sepatu Skechers?	Responden merasa bahwa harga sepatu Converse lebih tinggi jika dibandingkan dengan sepatu Skechers. Menurut responden, hal ini terjadi karena sepatu Converse sudah lebih memiliki brand yang telah lebih dulu memasuki pasar Indonesia.
2	Menurut Anda, apakah sepatu Converse dapat dibeli oleh mahasiswa?	Responden merasa bahwa sepatu Converse dapat dibeli oleh responden yang sebagian besar masih berstatus sebagai mahasiswa
3	Apa saja manfaat sepatu Converse?	Responden merasa bahwa sepatu Converse bermanfaat untuk responden ketika menjalankan aktivitas luar ruangan, berolah raga, kerja bahkan kuliah.

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

4.3.3 Kategori Responden Variabel Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Indikator dari keputusan pembelian meliputi:

c. Frekuensi pembelian

Jumlah pembelian sepatu Converse oleh konsumennya dalam dua tahun terakhir.

d. Pencarian informasi

Keinginan konsumen sepatu Converse untuk mencari informasi mengenai sepatu Converse.

Kategori skor indikator keputusan pembelian ditunjukkan dengan tabel 4.11 sedangkan skor tanggapan responden disampaikan pada tabel 4.12:

Tabel 4.11

Kategori Skor Indikator Keputusan Pembelian

Skor	Indikator 1	Indikator 2
1,00 – 1,80	Jarang membeli	Tidak ingin mencari informasi
1,81 – 2,60	Kadang membeli	Kadang mencari informasi
2,61 – 3,40	Biasa saja	Cukup ingin mencari informasi
3,41 – 4,20	Sering membeli	Ingin mencari informasi
4,21 – 5,00	Sangat sering membeli	Sangat ingin mencari informasi

Keterangan :

- a. Indikator 1: Frekuensi pembelian
- b. Indikator 2: Pencarian informasi

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Tabel 4.12
Kategori Responden Variabel Keputusan pembelian

Indikator		1	2	3	4	5	Jml	Rata-Rata Skor	Kategori
Sesering apa Saudara membeli sepatu Converse dalam satu tahun	Frekuensi	6	2	1	30	20	59	3,95	Sering membeli
	Bobot	6	4	3	120	100	233		
Saudara ingin mencari informasi yang lengkap mengenai sepatu Converse sebelum melakukan pembelian sepatu Converse	Frekuensi	6	0	6	35	12	59	3,80	Ingin mencari informasi
	Bobot	6	0	18	140	60	224		
								3,87	Memutuskan membeli

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.12, tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian memiliki skor 3,87 artinya responden memutuskan untuk melakukan pembelian sepatu merk Converse.

Secara rinci, tanggapan responden terhadap indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Konsumen sering membeli lebih dari satu pasang sepatu Converse dalam satu tahun (3,95). Konsumen merasa bahwa adanya variasi sepatu Converse membuat sepatu Converse layak untuk dikoleksi sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian sepatu Converse lebih dari satu kali dalam satu tahun.
2. Konsumen juga selalu berusaha mencari informasi yang lengkap mengenai varian sepatu Converse sebelum melakukan pembelian sepatu Converse sehingga dapat mengetahui dengan pasti model apa yang akan dibelinya (3,80).

Tabel 4.13

Jawaban Pertanyaan Open Quest Variabel Keputusan Pembelian

Indikator	Open Quest	Jawaban Open Quest
1	Kapan Anda terakhir kali membeli sepatu Converse?	Responden ada yang melakukan pembelian sepatu Converse dalam sebulan terakhir, 3 bulan terakhir, 6 bulan terakhir dan 12 bulan terakhir.
2	Informasi seperti apa yang ingin Anda cari berhubungan dengan sepatu Converse?	Responden merasa bahwa informasi yang diungkapkan oleh sepatu Converse sudah sangat lengkap, informasi tersebut adalah mengenai bahan yang digunakan untuk membuat sepatu dan pewarna sehingga mendukung keputusan responden dalam melakukan pembelian.

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda antara kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.14
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,070	,673		-1,591	,117
Kualitas produk	,219	,048	,539	4,599	,000
Harga	,290	,090	,377	3,220	,002

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

$$\text{Persamaan } Y = -1,070 + 0,219X_1 + 0,290X_2$$

4.4.1 Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian Sepatu Converse

Koefisien regresi bernilai positif artinya semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi keputusan pembelian sepatu Converse sebaliknya semakin buruk kualitas produk sepatu Converse maka semakin rendah keputusan pembelian sepatu Converse. Pengujian hipotesis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Converse dapat dilihat dari tabel 4.14. Hasil pengujian menunjukkan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ atau nilai t hitung sebesar 4,599 lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1,67203. Artinya hipotesis 1 diterima artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian Sepatu Converse

Koefisien regresi bernilai positif artinya semakin kompetitif harga maka semakin tinggi keputusan pembelian sepatu Converse sebaliknya semakin tidak kompetitif harga sepatu Converse maka semakin rendah keputusan pembelian sepatu Converse. Pengujian hipotesis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu Converse dapat dilihat dari tabel 4.14. Hasil pengujian menunjukkan signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ atau nilai t hitung sebesar 3,220 lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1,67203.

Artinya hipotesis 2 diterima artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.4.3 Uji F

Hasil pengujian dari uji F dapat dilihat dari tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218,093	2	109,047	96,787	,000 ^a
	Residual	63,093	56	1,127		
	Total	281,186	58			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Dalam tabel 4.10, terlihat bahwa nilai signifikansi untuk uji F menunjukkan nilai sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian Sepatu Converse

Kualitas produk adalah karakteristik yang membedakan suatu produk dari produk yang lain seperti performans, gaya, reputasi (Tjiptono, 2006). Produk dapat dijadikan sebagai daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam melakukan pembelian karena jantung dari sebuah produk yang dapat mencerminkan kegunaan sekaligus penampilan produk. Produk yang baik akan menghasilkan hasil akhir yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Konsumen akan merasa bahwa produk tersebut

lebih memiliki kelebihan untuk dibandingkan produk lain sejenis, sehingga produk akan memiliki nilai tambah.

Hasil penelitian terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa berdasarkan factor kualitas produk, maka bahan sepatu Converse membuat sepatu Converse enak digunakan untuk jalan, selain itu sepatu Converse memiliki daya tahan yang kuat, terbukti bahwa sepatu Converse dapat digunakan selama minimal dua tahun tanpa rusak. Sepatu Converse juga memiliki kesesuaian dengan keinginan konsumen yang menginginkan sepatu yang mengikuti trend dan tidak panas ketika digunakan. Para wiraniaga Converse juga ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan memberikan informasi-informasi terkait dengan sepatu Converse yang lengkap. Hal ini membuat konsumen merasa bahwa adanya variasi sepatu Converse membuat sepatu Converse layak untuk dikoleksi sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian sepatu Converse lebih dari satu kali dalam satu tahun.

Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Saidani et al (2013), Juhari (2015), dan Supriyadi et al (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian Sepatu Converse

Harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Harga jual pada hakekatnya merupakan tawaran kepada para konsumen (Kotler dan Armstrong, 2012). Apabila konsumen menerima harga tersebut maka produk tersebut akan laku, karena konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian, sebaliknya bila konsumen menolaknya maka diperlukan peninjauan kembali harga jualnya. Ada kemungkinan bahwa konsumen memiliki ketidaksesuaian sesudah melakukan pembelian karena mungkin harganya dianggap terlalu mahal atau karena tidak sesuai dengan keinginan dan gambaran sebelumnya.

Hasil penelitian terbukti bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa berdasarkan factor harga,

Sepatu Converse dirasakan perlu untuk meningkatkan kompetitivitas harga sehingga dapat bersaing dengan sepatu merek lain dengan spesifikasi yang serupa. Keterjangkauan harga sepatu Converse ini membuat konsumen menjadi tertarik untuk membelinya, selain itu adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas sepatu yang didapatkan membuat konsumen menginginkan mendapatkan manfaat tambahan seperti diskon member card Converse. Hal ini membuat konsumen juga selalu berusaha mencari informasi yang lengkap mengenai varian sepatu Converse sebelum melakukan pembelian sepatu Converse sehingga dapat mengetahui dengan pasti model apa yang akan dibelinya.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Juhari (2015) yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

