

## **Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kue Jaya Bakery Kalianda Lampung Selatan**

**Kartika Sari Putri<sup>1</sup>, Tamam<sup>2</sup>**

Program Studi Manajemen Fakultas Teknologi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Kalianda

### **Abstrak**

Studi ini dilatarbelakangi oleh keputusan pembelian konsumen di Toko Kue Jaya Bakery yang dipengaruhi oleh harga yang kompetitif dan kualitas produk, di mana evaluasi alternatif serta kepuasan layanan berperan penting dalam menarik minat beli dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Kue Jaya Bakery di Kalianda. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal (sebab akibat) dan metode survei. Data primer serta sekunder yakni dua jenis data. Orang-orang yang pernah membeli kue di Jaya Bakery yakni subjek penelitian ini. Sampel penelitian terdiri dari 96 orang yang berpartisipasi, dan teknik penetapan sampelnya yakni non-probabilitas. Metode pengumpulan data melalui kuesioner, juga dikenal sebagai angket, yang mempergunakan skala likert yang telah diuji validitas serta reliabilitasnya. Data penelitian diproses dengan SPSS versi 26. Hasil penelitian, yang didasarkan pada analisis regresi berganda, memperlihatkan bahwasannya inovasi, kualitas, serta harga produk dengan bersamaan memiliki dampak yang signifikan kepada keputusan pembelian yang dibuat oleh toko kue jaya bakery. Seperti yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , Toko Kue Jaya Bakery harus memperhatikan inovasi, kualitas, serta harga produk mereka jika mereka ingin menaikkan tingkat penjualan mereka. Disisi lain, hasilnya diperkuat dari nilai korelasi  $R = 0,846$ , yang memperlihatkan korelasi yang kuat. disisi lain, pada nilai  $R^2$  0,707, ini memperlihatkan bahwasannya kontribusi pengaruh inovasi produk, kualitas produk, serta harga kepada keputusan pembelian yakni 70,7%. Variabel lain yang tak diteliti pada studi ini memberikan kontribusi 29,3%. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen di Toko Kue Jaya Bakery dipengaruhi secara signifikan oleh inovasi produk, kualitas produk, dan harga, dengan kontribusi total mencapai 70,7%. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan, Toko Kue Jaya Bakery perlu memperhatikan ketiga aspek tersebut secara bersamaan.

**Kata kunci:** *Inovasi Produk, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.*

### **Abstract**

*This study is motivated by consumer purchasing decisions at Jaya Bakery Cake Shop which are influenced by competitive prices and product quality, where alternative evaluations and service satisfaction play an important role in attracting buying interest and increasing customer loyalty. This study aims to analyze the effect of product innovation, product quality, and price on purchasing decisions at Jaya Bakery Cake Shop in Kalianda. The research method used is quantitative with a*

*causal associative approach (cause and effect) and survey method. Primary and secondary data are two types of data. People who have bought cakes at Jaya Bakery are the subjects of this study. The research sample consisted of 96 participants, and the sampling technique was non-probability. The method of data collection was through a questionnaire, also known as a questionnaire, which uses a Likert scale that has been tested for validity and reliability. The research data was processed with SPSS version 26. The results of the study, which were based on multiple regression analysis, showed that innovation, quality, and product price simultaneously had a significant impact on purchasing decisions made by Jaya Bakery cake shop. As indicated by the significance value of  $0.000 < 0.05$ , Toko Kue Jaya Bakery should pay attention to the innovation, quality, and price of their products if they want to increase their sales level. On the other hand, the results are reinforced by the correlation value of  $R = 0.846$ , which shows a strong correlation. On the other hand, the R Square value of  $0.707$  shows that the contribution of the influence of product innovation, product quality, and price to purchasing decisions is  $70.7\%$ . Other variables not examined in this study contributed  $29.3\%$ . Based on the results of the study, it can be concluded that consumer purchasing decisions at Toko Kue Jaya Bakery are significantly influenced by product innovation, product quality, and price, with a total contribution reaching  $70.7\%$ . Therefore, to increase sales, Toko Kue Jaya Bakery needs to pay attention to these three aspects simultaneously.*

**Keywords:** *Product Innovation, Product Quality, Price, Purchasing Decisions.*

Copyright (c) 2024 **Kartika Sari Putri**

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [kartikasariputri@gmail.com](mailto:kartikasariputri@gmail.com), [tamamdjamil@gmail.com](mailto:tamamdjamil@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi sosial memberikan kontribusi yang besar dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Berbagai industri berlomba untuk mengembangkan produknya masing-masing, tak terkecuali industri makanan dan minuman. Industri tersebut termasuk dalam sektor manufaktur yang bisa diandalkan dalam menumbuhkan sistem perekonomian di Indonesia. Beragam jenis usaha makanan dan minuman didirikan untuk memberikan kesejahteraan masyarakat. Seiring berkembangnya teknologi dan zaman, dunia jual beli atau penjualan dan pemasaran memanfaatkan kondisi ini untuk menjual hasil produk terbaik mereka. Dalam dunia usaha atau bisnis, sistem jual beli yakni bagian yang begitu utama hingga banyak cara yang dipergunakan perusahaan guna memasarkan barangnya, mulai dari cara tradisional hingga modern yang bertujuan untuk memperbaiki sistem di dalamnya. Persaingan yang ketat dalam industri ini menjadi salah satu faktor eksternal berkurangnya suatu produk. Sehingga perusahaan perlu memerhatikan tingkah laku pelanggan, konsep pemasaran serta beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, meliputi inovasi produk, kualitas produk serta harga untuk menarik pembeli atau pemenuhan kebutuhan konsumen.

Demi meningkatkan pemasaran produk, selain memperhatikan proses pengembangan inovasi, para pengusaha juga perlu mengembangkan kualitas sebuah produk. Perlu diketahui kualitas yang dimiliki pada produk yakni sebuah factor guna menarik para pelanggan supaya mempengaruhi tingkat keputusan pembelian. Artinya, jika seorang penjual meningkatkan kualitas produknya maka bisa menaikkan minat pelanggan guna membeli produk. Dalam hal ini, industri kuliner harus meningkatkan

kualitas produk makanan atau minumannya guna menarik pembeli untuk melaksanakan proses jual beli. Kualitas produk yakni hal utama yang wajib diperhatikan dari seorang usahawan dikarenakan hal tersebut berkaitan pada kepuasan pelanggan yang mana target dari aktivitas marketing.

Pada saat ini, banyak perusahaan yang terjun dalam industri kuliner. Terdapat beberapa macam makanan dan minuman yang bisa ditemukan di sekitar dengan merek yang tak kalah unik. Salah satu industri makanan yang berada di Kota Lampung menjadi perhatian yang tak bisa dihindarkan dari sorotan masyarakat sekitar, usaha tersebut bernama toko kue Jaya Bakery yang berlokasi di Jalan Kesuma Bangsa, Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan. Dalam mengembangkan suatu usaha tentunya melewati proses yang tidak mudah, seperti pada masa pandemi covid-19 yang menyerang Indonesia di awal 2020 lalu yang memberikan dampak penurunan drastis pada industri kue. Beberapa toko kue yang ditemui mengeluhkan masalah penurunan penjualan akibat minat jual beli masyarakat yang juga menurun. Angka penjualan kue menurun drastis sejak adanya pandemi dan penjualan paling besar yakni sebanyak 300 pcs per hari.

Merujuk dari latar belakang yang sudah dipaparkan, terdapatnya faktor inovasi, kualitas dan harga pada produk kue di toko kue Jaya Bakery secara langsung akan memengaruhi keputusan pembelian pada toko ini. Sehingga peneliti terdorong guna melaksanakan penelitian kepada keputusan konsumen di toko tersebut

## METODOLOGI

Studi ini termasuk pada kategori penelitian kuantitatif pada pendekatan asosiatif kausal yang mempergunakan metode survei. Mengacu pada Umar (2015:47), "penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh diantara 2 variabel atau lebih." Hubungan kausal yakni hubungan sebab akibat. Pada studi ini, ada independent variable (yang memengaruhi) serta dependent variable (yang diakibatkan). Pendekatan kuantitatif dipergunakan karena data yang dianalisis dinyatakan dengan angka, dan metode survei dilaksanakan dengan mempergunakan angket pada populasi besar ataupun kecil.

Penelitian ini yakni penelitian lapangan (file research). Studi ini dijalankan di Toko kue JAYA BAKERY Kalianda yang berada di Jln. Kusuma Bangsa NO.36, kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Lampung 35551. Mengacu pada Silaen (2018: 87) "Populasi yakni keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik (sifat-sifat) tertentu yang akan diteliti." Pada studi ini yang jadi populasi orang yang pernah membeli di toko kue JAYA BAKERY. Menurut Anwar sanusi (2007: 87) "sampel yakni bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih." Adapun yang akan menjadi populasi pada studi ini yakni orang yang membeli ditoko kue JAYA BAKERY. Sample diambil mempergunakan teknik *non probability sampling*. Metode yang dipakai dalam teknik ini yakni *purposive sampling*, yakni penentuan sample merujuk dari pertimbangan tertentu sehingga dianggap sesuai guna menjadi sample penelitian. Penetapan jumlah sample melalui mempergunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50 % serta tingkat kesalahan 10%. Merujuk dari hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sample yang diperoleh, guna mempermudah penelitian digenapkan jadi 96 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dari Ghozali (2021:66) “bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya pernyataan dalam kuesioner yang telah dibuat.” Sebuah kuesioner disebut valid bila pernyataan dalam kuesioner bisa guna mengungkapkan suatu yang bisa diukur dari kuesioner tersebut. Hasil analisis yang didistribusikan kepada 96 responden bagi tiap butir:

**Tabel 1: Memperlihatkan Hasil Uji Validitas Pernyataan Inovasi Produk (X<sub>1</sub>)**

Item Pernyataan		Nilai Koefisien Korelasi Product Moment ( $r_{hitung}$ )	Nilai Koefisien Korelasi Product Moment ( $r_{tabel}$ )	Keterangan
Produk (X <sub>1</sub> )	Indikator X <sub>1</sub>	0,837	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>2</sub>	0,833	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>3</sub>	0,833	0.2006	“Valid”

Sumber: Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

**Tabel 2: Memperlihatkan Hasil Uji Validitas Pernyataan Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)**

Item Pernyataan		Nilai Koefisien Korelasi Product Moment ( $r_{hitung}$ )	Nilai Koefisien Korelasi Product Moment ( $r_{tabel}$ )	Keterangan
kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	Indikator X <sub>1</sub>	0,675	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>2</sub>	0,863	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>3</sub>	0,785	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>4</sub>	0,819	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>5</sub>	0,841	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>6</sub>	0,780	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>7</sub>	0,706	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>8</sub>	0,753	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>9</sub>	0,820	0.2006	“Valid”

Sumber: Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

**Tabel 3: Memperlihatkan Hasil Uji Validitas Pernyataan Harga (X<sub>3</sub>)**

Item Pernyataan		Nilai Koefisien Korelasi Product Moment ( $r_{hitung}$ )	Nilai Koefisien Korelasi Product Moment ( $r_{tabel}$ )	Keterangan
Harga (X <sub>3</sub> )	Indikator X <sub>1</sub>	0,689	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>2</sub>	0,763	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>3</sub>	0,752	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>4</sub>	0,739	0.2006	“Valid”
	Indikator X <sub>5</sub>	0,666	0.2006	“Valid”

Sumber: Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

**Tabel 4: Memperlihatkan Hasil Uji Validitas Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)**

Item Pernyataan		Nilai Koefisien Korelasi Product Moment ( $r_{hitung}$ )	Nilai Koefisien Korelasi Product Moment ( $r_{tabel}$ )	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Indikator Y <sub>1</sub>	0,703	0.2006	"Valid"
	Indikator Y <sub>2</sub>	0,721	0.2006	"Valid"
	Indikator Y <sub>3</sub>	0,788	0.2006	"Valid"
	Indikator Y <sub>4</sub>	0,792	0.2006	"Valid"
	Indikator Y <sub>5</sub>	0,799	0.2006	"Valid"

Sumber: Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

Dari keempat tabel tersebut, terlihat bahwasannya seluruh indikator yang dipergunakan guna mengukur beberapa variable pada studi ini berkoefisien korelasi >nilai  $r_{tabel}$ , yakni 0,1986 bagi sample berjumlah 96 orang. Nilai rhitung yang tertera dalam keempat tabel memperlihatkan bahwasannya seluruh indikator "valid".

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dari Ghozali (2021:61) "bertujuan guna mengukur kuesioner yang mana indikator dari variable. Sebuah kuesioner disebut reliabel yakni bila jawaban orang kepada pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu." Pengukuran reliabilitas dilaksanakan melalui mempergunakan alat uji statistik "Cronbach Alpha" ( $\alpha$ ). Sebuah konstruk atau variable disebut "reliabel" bila memberi nilai  $\alpha > 0,70$ . Hasil pengujian reliabilitas bagi tiap-tiap variable yang diringkaskan ditabel bawah ini:

**Tabel 5: Memperlihatkan Hasil uji reliabilitas**

Variabel	Alpha	Kriteria Cronboach Alpha	Keterangan
inovasi Produk	0,782	0,700	"Reliabel"
Kualitas Produk	0,921	0,700	"Reliabel"
Harga	0,763	0,700	"Reliabel"
Keputusan Pembelian	0,817	0,700	"Reliabel"

Sumber: Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwasannya seluruh variable berkoefisien alpha yang cukup besar yakni >0,700 hingga bisa disebut bahwasannya seluruh konsep pengukur tiap-tiap variable dari kuesioner yakni reliable yang artinya kuesioner yang dipergunakan pada studi ini yakni kuesioner yang handal, kemudian beberapa item ditiap-tiap konsep variable itu layak dipergunakan menjadi instrument.

## 3. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas pada studi ini diperlihatkan ditabel bawah ini:

**Tabel 6: Memperlihatkan Hasil uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
------------------------------------

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89217450
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.070
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

Merujuk dari Uji Normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,177 \geq 0,005$ , maka bisa ditarik kesimpulan bahwasannya nilai residual mempunyai distribusi Normal.

#### 4. Uji Multikolinearitas

Hasil perhitungan bisa diperlihatkan ditabel ini:

**Tabel 7: Memperlihatkan Hasil uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.037	1.460		-.025	.980		
	X1	.271	.107	.159	2.528	.013	.782	1.279
	X2	.239	.051	.439	4.690	.000	.353	2.834
	X3	.396	.099	.365	4.013	.000	.373	2.678

a. Dependent Variable: Y

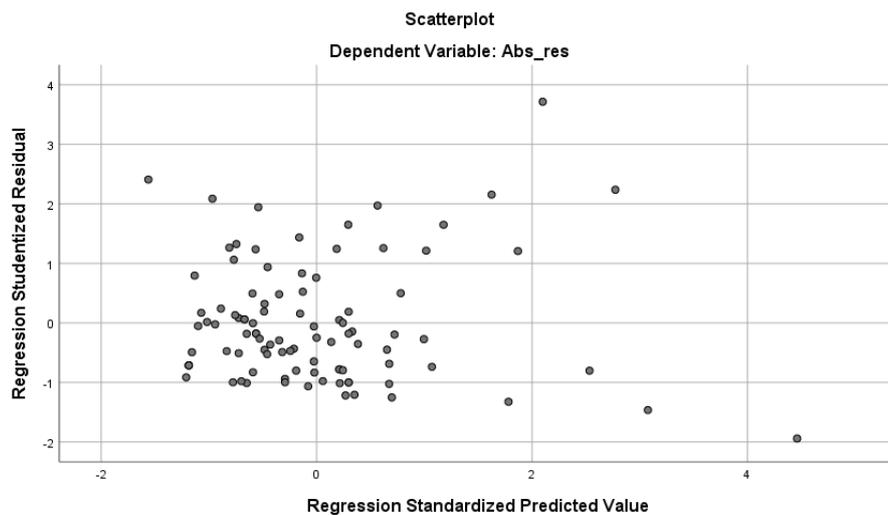
Sumber : Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

Merujuk dari tabel tersebut memperlihatkan bahwasannya nilai  $TOL > 0,1$  serta  $VIF < 10$ , hal ini memperlihatkan bahwasannya tak ada *multikolinearity* (Korelasi yang tinggi) tiap independent variable.

#### 5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bisa dilaksanakan mempergunakan diagram scatterplot melalui dasar pengambilan keputusan titik-titiknya tersebar acak diatas angka 0 bahkan

dibawah angka nol. Hasil Uji Heterokedastisitas yang didapat bisa diperlihatkan ditabel ini:



**Gambar 1: Memperlihatkan Hasil Uji Scatterplot**

Dari gambar diagram scatterplot di atas diketahui bahwasannya titik-titiknya tersebar dengan acak diatas 0 bahkan dibawah nol, hal ini memperlihatkan bahwasannya taka da heterokedastisitas.

### 6. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis uji regresi linear berganda dipergunakan guna mengidentifikasi besarnya dampak variable X dengan persial dan bersamaan kepada variable Y di Toko Kue Jaya Bakery Kalianda. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda dijelaskan ditabel berikut:

**Tabel 8: Memperlihatkan Hasil uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.037	1.460		-.025	.980
	X1	.271	.107	.159	2.528	.013
	X2	.239	.051	.439	4.690	.000
	X3	.396	.099	.365	4.013	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

Merujuk dari tabel tersebut bisa diketahui persamaan regresi linier berganda yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = -0,037+0,271 X_1+0,239 X_2+0,396 X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda bisa dijelaskan:

- a. Konstan intersep -0,037 yakni potongan garis regresi disumbu Y yang memperlihatkan rata-rata Keputusan Pembelian pada saat inovasi Produk, kualitas Produk serta harga sama dengan nol.
- b. Koefisien regresi  $X_1$  0,271 memperlihatkan bahwasannya jika variable inovasi Produk meningkat 1 poin (skor), Keputusan Pembelian akan naik jadi 0,271 pada anggapan variable bebas lainnya tetap.
- c. Koefisien regresi  $X_2$  0,239 memperlihatkan bahwasannya bila variable kualitas Produk naik 1 poin (skor), maka Keputusan Pembelian akan naik 0,239 melalui anggapan independent variable yang lain tetap.
- d. Koefisien regresi  $X_3$  0,396 memperlihatkan bahwasannya jika variabel harga naik 1 poin (skor), Keputusan Pembelian bisa naik 0,396 melalui anggapan independent variable yang lain tetap.

## 7. Koefisien Korelasi Berganda

Dengan keseluruhan diketahui arah serta tingkat keeratan dampak maupun signifikan korelasi dari tiap-tiap variable yang diteliti dari tabel perhitungan SPSS 26.00:

**Tabel 9: Memperlihatkan Hasil uji Korelasi Berganda**

		X1	X2	X3	Y
X1	Pearson Correlation	1	.462**	.409**	.511**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X2	Pearson Correlation	.462**	1	.790**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
X3	Pearson Correlation	.409**	.790**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
Y	Pearson Correlation	.511**	.800**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96

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

Sumber : Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

Merujuk dari tabel korelasi parsial tersebut, besarnya koefisien korelasi diantara independent variable kepada dependent variable yakni diantaranya:

1. Koefisien korelasi (**r**) diantara inovasi Produk kepada Keputusan Pembelian = **0,511** dengan tingkat signifikan 0,000 bertanda positif (+), Setelah dikonsultasikan ditabel interpretasi nilai r pada tingkatan interval 0,40 - 0,599 melalui tingkatan pengaruh, "**Cukup Kuat**".
2. Koefisien korelasi (**r**) diantara kualitas Produk kepada Keputusan Pembelian = **0,800** dengan tingkat signifikan 0,000 dengan tanda +, Setelah dikonsultasikan ditabel interpretasi nilai r melalui tingkatan interval 0,80 - 1,000 pada tingkatan pengaruh, "**Sangat Kuat**".
3. Koefisien korelasi (**r**) diantara harga kepada Keputusan Pembelian = **0,777** dengan tingkat signifikan 0,000 dengan tanda +, Setelah dikonsultasikan ditabel interpretasi nilai r melalui tingkatan interval 0,60 - 0,799 pada tingkatan pengaruh, "**Kuat**".

### 8. Koefisien Determinasi (Adjusted r square )

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yakni ukuran yang memperlihatkan seberapa besar variasi dari dependent variable bisa diuraikan oleh variabel independen. Oleh karenanya, koefisien ini dipergunakan guna mengukur sesignifikan apa independent variable guna menjelaskan dependent variable. Nilai koefisien determinasi ditetapkan melalui nilai *Adjusted r square* bisa diperlihatkan ditabel berikut:

**Tabel 10: Memperllihatkan Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 <sup>a</sup>	.716	.707	1.923
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

Dari tabel berikut diketahui nilai R 00,846 memperlihatkan bahwasannya korelasi diantara dependent variable kepada independent variable berhubungan yang kuat. Dari tabel tersebut juga diketahui nilai *Adjusted R Square* guna melihat besarnya kontribusi dampak *independent variable* dengan bersamaan dalam dependent variable yakni 0,707. Artinya sumbangan kontribusi dampak independent variable kepada dependent variable yakni 70,7%, dilain sisi sisanya 29,3% diakibatkan dari variable lain yang tak diteliti distudi ini.

### 9. Uji t (Parsial)

Hipotesis 1, 2, serta 3 pada studi ini diuji keabsahannya mempergunakan uji parsial. Hasil perhitungan bisa diperlihatkan ditabel berikut:

**Tabel 11: Hasil Uji Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.037	1.460		-.025	.980
	X1	.271	.107	.159	2.528	.013
	X2	.239	.051	.439	4.690	.000
	X3	.396	.099	.365	4.013	.000
<b>a. Dependent Variable: Y</b>						

Sumber : Hasil Output SPSS ver. 26 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.37 menjelaskan bahwasannya uji t dipergunakan untuk menentukan signifikansi dampak independent variable (X) kepada dependent variable (Y) dengan parsial, dengan menganggap dependent variable lainnya konstan. Signifikansi dampak ini diukur melalui membandingi nilai ttabel serta thitung. Jika  $thitung \geq ttabel$ , independent variable dengan keseluruhan mempengaruhi dependent variable; sebaliknya, apabila  $thitung < ttabel$ , tak terdapat dampak parsial dari independent variable kepada dependent variable.

#### a. Variabel Inovasi Produk (X1)

Dari tabel 4.36, bisa diperlihatkan bahwasannya hasil uji ttabel bagi variable X1 (fitur produk) memperlihatkan nilai thitung 2,528 melalui tingkatan signifikansi 0,000. Mengacu pada batas signifikansi 0,05, didapatkan thitung = 8,187,  $> ttabel = 1.98498$ . Ini berarti hipotesis satu (H1), yang dinyatakan bahwasannya inovasi produk berdampak positif kepada keputusan pembelian di toko kue jaya bakery Kalianda "diterima".

#### b. Variabel Kualitas Produk (X2)

Dari tabel 4.36 bisa diperlihatkan bahwasannya hasil uji ttabel bagi variable X2 (kualitas produk) memperlihatkan nilai thitung 4.690 pada tingkat signifikansi 0,000. Mengacu pada batas signifikansi 0,05, didapatkan thitung = 4.690,  $> ttabel = 1.98498$ . maka hipotesis dua (H2), yang dinyatakan bahwasannya kualitas produk berdampak positif kepada keputusan pembelian di toko kue jaya bakery Kalianda "diterima".

#### c. Variabel Harga (X3)

Dari tabel 4.36 bisa diperlihatkan bahwasannya hasil uji ttabel untuk variable X3 (Harga) memperlihatkan nilai thitung 4.013 pada tingkat signifikansi 0,000. Mengacu pada batas signifikansi 0,05, didapatkan thitung = 4.013, yang  $> ttabel = 1.98498$ . maka hipotesis tiga (H3), yang dinyatakan bahwasannya Harga berdampak positif kepada keputusan pembelian di toko kue jaya bakery Kalianda "diterima".

## 10. Uji Simultan F

Pengujian hipotesis dengan bersamaan bertujuan mengukur apakah terdapat dampak dari independent variable dengan bersamaan kepada dependent variable, mempergunakan uji F. Berikut yakni hasil dari pengujian hipotesis:

**Tabel 12: Memperlihatkan Hasil Uji F (Simultan)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sumof Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	856.859	3	285.620	77.256	.000 <sup>b</sup>
	Residual	340.131	92	3.697		
	Total	1196.990	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Hasil *Output* SPSS ver. 26 (2024)

Merujuk pada tabel 4.39, analisis varian (ANOVA) memperlihatkan hasil pengujian fhitung yang dipakai guna menduga dampak variable X kepada variable Y. Dari perhitungan, diperoleh fhitung = 77,256 pada tingkat signifikansi 0,000, mempergunakan alpha 0,05% dan df1 = 3 serta df2 = 92, yang menghasilkan nilai ftabel = 2,70. Oleh karena itu, fhitung = 77,256 lebih besar dari ftabel = 2,70. Ini memperlihatkan bahwasannya hipotesis empat (H4), yang dinyatakan bahwasannya variable X dengan simultan berdampak positif kepada variable Y di toko kue jaya bakery Kalianda diterima.

## SIMPULAN

Merujuk dari temuan serta bahasan yang telah penulis uraikan dibagian sebelumnya, bisa ditarik kesimpulan hasil penelitian tentang “Pengaruh inovasi Produk, kualitas Produk dan harga terhadap Keputusan Pembelian pada toko kue jaya bakery di Kalianda, Lampung Selatan”:

- Variable inovasi Produk berdampak positif serta signifikan kepada keputusan pembelian. hal ini memperlihatkan bahwasannya makin baiknya inovasi Produk, konsumen akan makin tertarik untuk memutuskan pembelian di toko kue jaya bakery di kalianda, Lampung Selatan.
- Variable kualitas Produk berdampak positif serta signifikan kepada keputusan pembelian. Ini memperlihatkan bahwasannya makin baiknya kualitas Produk, pelanggan bisa semakin terdorong guna memutuskan pembelian pada toko kue jaya bakery di kalianda, Lampung Selatan.
- Variable harga berdampak positif serta signifikan kepada keputusan pembelian. Ini memperlihatkan bahwasannya makin baiknya harga maka pelanggan bisa makin tertarik guna memutuskan pembelian pada toko kue jaya bakery di kalianda, Lampung Selatan.
- Variable X memperlihatkan dampak signifikan dengan bersamaan kepada variable Y di toko kue jaya bakery 70,7%, sedangkan sisanya 29,3% diakibatkan dari variable lain yang tak diteliti pada studi ini.

## Referensi:

Arinawati, Ely dan Badrus Suryadi. (2021). *Penataan Produk*. Jakarta: GRASINDO.

- Astuti, Miguna dan Nurhafifah Matondang. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Bakry, U. S. (2015). *Metodologi Penelitian: Kualitatif versus Kuantitatif dalam Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal, 6.
- Arinawati, E. (2021). *Penataan Produk*. Jakarta: GRASINDO.
- Astuti dan Matondang. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Diharto, A. K. (2022). *Manajemen Inovasi dan Kreativitas*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Elliyana, E. d. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Malang: Ahlimedia Press.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen, 7(1), 19*.
- Fauzan, M. S. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 7(2), 2*.
- Firmansyah, H. d. (2022). *Teori Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Harjadi, I. A. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Marham, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening Pada Toko Cantika Panji Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur, 2(3), 546*.
- Moputi, B. R. (2018). Pengaruh Inovasi Produk terhaap Keputusan Pembelian Pada UKM Flamboyan di Kota Gorontalo. *Jurnal Universitas Negeri Gorontalo, 3(1), 2-3*.
- Mulyani, S. R. (2021). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Penerbit Widiana Bhakti Persada.
- Nugraha, J. P. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Padaniah dan Haryono. (2021). Perspektif Sosiologi Ekonomi dalam Pemutusan Hubungan Kerja Karyawan Perusahaan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 3 (1), 5*.
- Siregar, I. N. (2019). Pengaruh Rekrutmen dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Budi Raya Perkasa. *Jurnal Manajemen, 5(1), 73*.

- Soetanto, J. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 64.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan metode R&D*. Cetakan Kdeua Puluh Tiga. Bandung: Alfabeta.
- Tanuwijaya, W. (2022). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli Minuman Kopi Melalui Motivai sebagai Variabel Moderasi Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(1), 51.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Unika Atma Jaya.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Unaradjan, Dominikus Dolet. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Unika Atma Jaya.