

**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK ERIGO DI TIKTOK SHOP**

NASKAH PUBLIKASI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :
Muhammad Irsal Irfani
1911102431143

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
MEI 2023**

**Analisis Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada
Produk Erigo Di Tiktok Shop**

Naskah Publikasi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

Muhammad Irsal Irfani

1911102431143

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
MEI 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

NASKAH PUBLIKASI

**ANALISIS HARGA DAN MINAT PEMBELI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK ERIGO DI TIKTOK SHOP**

Oleh:

**Muhammad Irsal Irfani
1911192431146**

Samarinda, 27 Juni 2023

Telah disetujui oleh

Pembimbing



**Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M
NIDN.1125109301**

LEMBAR PENGESAHAN

NASKAH PUBLIKASI


**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK ERIGO DI TIKTOK SHOP**


Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Muhammad Irsal Irfani
Nim : 1911102431146
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 27 Juni 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji:

Penguji I : Marsha Anindita, S.E., M.S.M. ()
NIDN. 1114099102

Penguji II : Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M. ()
NIDN. 1125109301

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi Binis dan Politik

(Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D)
NIDN.0605056501

Ketua
Program Studi Manajemen

(Ihwan Susila, S.E. M.Si., Ph.D)
NIDN.0620107201

ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK ERIGO DI TIKTOK SHOP

Muhammad Irsal Irfani¹, Hudyah Astuti Sudirman², Marsha Anindita³

S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

E-mail Irsalirfani103@gmail.com

Abstract: This study aims to analyze the relationship between product quality and price on purchasing decisions for Erigo products sold at the TikTok Shop. The population in this study were all users of erigo products in Samarinda City. The sample used in this research is 120 respondents. The data processing method in this study uses SPSS 24. The results of this study indicate that product quality does not have a significant positive effect on purchasing decisions on Erigo products in the TikTok Shop while price has a significant positive effect on purchasing decisions on Erigo products in the TikTok Shop and price has a more dominant effect on purchasing decisions compared to product quality

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk Erigo yang dijual di TikTok Shop. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna produk erigo di Kota Samarinda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 120 responden. Metode pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Erigo di TikTok Shop sedangkan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Erigo di TikTok Shop dan harga lebih berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan kualitas produk.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih serta penggunaan internet yang semakin populer di semua kalangan masyarakat, tidak terkecuali perkembangan dunia bisnis dan pemasaran. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet di masyarakat, maka masyarakat pun semakin berkembang dalam gaya hidup dan membantu masyarakat untuk berinteraksi tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Masyarakat sekarang dalam melakukan kegiatan berbelanja agar lebih mudah dan menghemat waktu yaitu dengan berbelanja online atau dengan menggunakan internet. Semakin meningkatnya pengguna internet membuat para pelaku bisnis juga memanfaatkan media internet sebagai salah satu tempat untuk memasarkan produknya. E-commerce merupakan salah satu keunggulan dari internet, hingga akhirnya di era sekarang ini (yang disebut dengan era digital) e-Commerce memiliki banyak sebutan yaitu internet commerce, e-com, e-commerce atau immerce yang berarti membeli atau menjual secara elektronik, dan kegiatan ini dilakukan pada jaringan internet. e-commerce konsumen akan dengan mudah mengakses informasi tentang barang-barang yang dijual oleh perusahaan, dengan begitu e-commerce merupakan bisnis yang menjanjikan di Indonesia. Tingginya minat belanja konsumen ternyata merupakan salah satu hal yang menyebabkan tingginya trafik website-website e-commerce (Andrew, 2019).

TikTok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, diluncurkan ke Indonesia pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Masa pandemi Tik Tok semakin meroket dan menghasilkan banyak orang lebih kreatif, banyak munculnya hal-hal konten baru seperti (memasak, tutorial membuat hiasan tempat tinggal, pembelajaran sekolah atau kampus, keilmuan medis dan sebagainya) salah satunya berfashion atau yang tak jarang kita kenal dengan kata OOTD (*Outfit Of The Day*). Sekarang ini, banyak akun online shop yang

Jua memakai aplikasi TikTok sebagai wadah buat mempromosikan barang dagangannya. tidak diragukan lagi, pengguna aplikasi ini sangat banyak berasal aneka macam kalangan baik profesi juga usia, dari anak-anak sampai dewasa. Dari latar belakang tersebut TikTok shop hadir di TikTok sebagai respon terhadap meningkatnya penjualan berbagai produk setelah brand melakukan promosi melalui platform media sosial tersebut. Oleh karena itu, TikTok resmi merilis fitur baru yaitu TikTok shop tepat pada April 2021.

TikTok Shop merupakan alat belanja online baru yang mana penjual dan pembeli dapat bertransaksi di dalamnya. TikTok shop menawarkan berbagai produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk kebutuhan sehari-hari. TikTok shop hadir dalam bentuk aplikasi *Mobile* untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Kelebihan TikTok Shop, pengguna dapat langsung berbelanja melalui aplikasi TikTok tanpa harus berpindah ke aplikasi lain untuk menyelesaikan transaksi pembelian produk yang diinginkan. Toko TikTok dibandingkan dengan Toko YouTube, Toko Instagram atau Toko Facebook, fitur Toko TikTok ini tidak mengarahkan pengguna ke situs web toko yang dimaksud. Dalam artian, semua transaksi pembelian, chat dengan penjual, hingga proses pembayaran dilakukan di software TikTok itu sendiri.

Erigo merupakan salah satu merek fashion yang diproduksi oleh pelaku usaha berkebangsaan Indonesia, Muhammad Sadad, Founder & CEO Erigo Store. Erigo merupakan produk atau merek fashion untuk aktivitas traveling dengan mengedepankan desain dan kenyamanan pemakainya.

Erigo merupakan produk fashion yang meningkatkan merek fashion asal Indonesia yang mengedepankan mutu besar serta desain produk yang menunjang seluruh ekspedisi serta kebutuhan sehari – hari. Saat ini, di Indonesia Erigo telah menjadi salah satu lini baju terbaik, bermutu besar serta andal di pasar. Berdiri pada 20 November 2010 dengan merek "*Selected and Co*" yang kemudian berubah menjadi Erigo. Erigo menargetkan keperluan traveling dengan desain yang nyaman dan sesuai dengan konsumen. Pada tahun 2015, Erigo mencapai omset dua puluh miliar rupiah.

Dalam proses Erigo mencapai omset tersebut, strategi pemasaran serta branding dan promosi sangat gencar dilakukan, di mana ini ditujukan agar atensi konsumen bisa ditarik. Erigo juga mengukung kampanye "*Wandering Souls*", suatu perwujudan dari brand yang bertujuan untuk mendorong dan menyemangati generasi muda agar selalu mempunyai rasa ingin tahu dan hasrat mengeksplorasi yang besar. Kampanye ini ialah apresiasi bermacam-macam kultur, karakter dan gagasan yang diharapkan dapat membawa rangkaian inspirasi untuk memperkaya pemikiran, karya serta kultur untuk generasi muda lokal, terutama dalam bidang fashion.

Erigo mengajak para generasi muda untuk menjalani setiap langkah perjalanan hidup yang dinamis dengan berani, dibekali pemikiran yang terbuka, serta pastinya gaya yang cocok dengan individu unik masing-masing. Buatenuhi aspirasi tersebut, Erigo menyediakan bermacam-macam opsi baju yang aman terjangkau dan fleksibel. Erigo yang merupakan local brand dari Indonesia, memiliki beberapa pesaing terdekat dalam persaingan di industri fashion, salah satunya seperti Lea Jeans yang memiliki 34 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia dengan 200 Department store, BillionairesProject, dan I Love Indonesia. Beberapa pesaing Erigo tersebut sudah cukup terkenal dalam industri fashion, di mana masing-masing merek bergerak dengan target pasar yang hampir sama, yakni anak muda atau kaum millennial. Salah satu strategi kreatif yang dilakukan perusahaan untuk menjaga citra dan mempromosikan suatu produk kepada konsumen adalah memakai *celebrity endorser* atau sering disebut dengan brand ambassador yang dinilai memiliki citra positif, sehingga dapat mewakili citra produk secara totalitas. Salah satu perusahaan yang fokus terhadap hal tersebut adalah Erigo. Setelah sebelumnya sukses menggunakan Vanesha Prescilla dan Adipati Dolken dengan tema "Travel to Japan" strategi market Erigo terus diperluas. Dengan latar belakang untuk membidik market yang lebih besar Erigo memilih *public figure* untuk merealisasikan strategi tersebut.

Pemasaran

Pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran (Sedjati, 2018).

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap image suatu produk. Oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk. Strategi bauran pemasaran yaitu : produk, harga, promosi dan tempat sangat berperan terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan akan permintaan barang. Di dalamnya keadaan persaingan yang sangat tajam dewasa ini terutama dalam pasar pembeli, peranan penetapan harga dan promosi penjualan sangat penting terutama untuk membangun komitmen dan loyalitas pelanggan.(Selang, 2013).

Kualitas Produk

kualitas produk adalah suatu cara perusahaan untuk memberikan kepada konsumen, memenuhi apa saja yang diinginkan atau dikehendaki oleh konsumen tersebut. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas yang terbaik. Dalam konteks kualitas produk telah tercapai konsensus bahwa harapan konsumen memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas.(Prasastono & Pradapa, 2012).

Harga

Harga secara umum merupakan suatu strategi bagi marketing manajer dalam rangka meningkatkan penjualan. Kebijakan /Strategi dalam menetapkan harga merupakan langkah yang sangat penting, Karena kebijakan harga sangat menentukan kenaikan dan penurunan daya beli konsumen.(Zulkarnaen & Amin, 2018).

Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak. Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh pemasar, tapi harus benar-benar diperhitungkan. keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. (Martini & Dewi, 2021).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut diambil. Dalam penelitian ini, variabel yang akan diuji ialah Kualitas Produk dan Harga variabel independent, keputusan pembelian sebagai variabel dependent, Peneliti mengadakan penelitian dengan menyebar kuesioner berupa *google form* ke pengguna produk Erigo. Responden tersebar di kota Samarinda.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Pengukuran uji validitas dengan menggunakan program SPSS dengan ketentuan r hitung yang diperoleh $> r$ tabel, maka item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (valid). Begitu juga sebaliknya, jika r hitung $< r$ tabel, maka item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (tidak valid).

Tabel 1
 Uji Validitas

Variabel Keterangan	Item	R Hitung	R Tabel	Hasil
Kualitas Produk X1	KP1.1	0,560	0,150	Valid
	KP1.2	0,587	0,150	Valid
	KP1.3	0,536	0,150	Valid
	KP1.4	0,714	0,150	Valid
	KP1.5	0,628	0,150	Valid
	KP1.6	0,513	0,150	Valid
Harga X2	H2.1	0,638	0,150	Valid
	H2.2	0,648	0,150	Valid
	H2.3	0,657	0,150	Valid
	H2.4	0,596	0,150	Valid
	H2.5	0,596	0,150	Valid
	H2.6	0,625	0,150	Valid
	H2.7	0,674	0,150	Valid
	H2.8	0,691	0,150	Valid
Keputusan Pembelian Y	KP1	0,600	0,150	Valid
	KP2	0,752	0,150	Valid
	KP3	0,370	0,150	Valid
	KP4	0,544	0,150	Valid
	KP5	0,754	0,150	Valid
	KP6	0,548	0,150	Valid
	KP7	0,713	0,150	Valid
	KP8	0,496	0,150	Valid
	KP9	0,748	0,150	Valid
	KP10	0,576	0,150	Valid

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas variabel kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian, maka uji tersebut dinyatakan valid pada semua data kuesioner sehingga dapat digunakan penelitian.

Uji Reabilitas

Pada uji reabilitas yang terdapat dalam uji instrumen sebuah pernyataan dapat dikatakan reliabel atau tidak dapat dilihat pada nilai koefisien realibilitas, yaitu nilai koefisien tersebut diantara 0 hingga 1. Apabila nilai realibilitas semakin mendekati angka 1, maka sebuah instrumen akan menunjukkan semakin realibel, Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 2
 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,859	Reliabel
Harga (X2)	0,917	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,927	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2023)

Nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel mendekati angka 1, Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing indikator pada variabel kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian telah reliabel sehingga dapat digunakan penelitian.

Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan analisis data menggunakan program SPSS diperoleh hasil regresi analisis kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Erigo di tiktok shop adalah sebagai berikut:

Table 3

Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstanddarfize d Coefficients	
	B	Sid Error
(constant)	-1.132	.480
Kualitas Produk	.007	.029
Harga	.146	.022

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2023)

Data diatas dapat disusun model persamaan regresi linear berganda berdasarkan kolom B. Model persamaan regresi berganda hasil penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = -1.132 + 0.007X_1 + 0.146X_2$$

Model persamaan regresi linear berganda hasil analisis tersebut diartikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstan sebesar $a = -1.132$, artinya bahwa jika X_1 dan X_2 dianggap konstan maka Y bernilai negatif.
2. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar $b_1 = 0.007X_1$ menunjukkan bahwa X_1 berpengaruh terhadap Y dengan arah positif.
3. Nilai koefisien regresi X_2 sebesar $b_2 = 0.146X_2$ menunjukkan bahwa X_2 berpengaruh terhadap Y dengan arah positif.

Uji t

Uji t adalah sebuah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui hasil perhitungan t hitung apakah signifikan atau tidak. Jika t hitung $>$ t tabel, dan signifikansi $<$ 0,05, maka terdapat pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Jika t hitung $<$ t tabel, dan signifikansi $>$ 0,05, maka tidak terdapat pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk hasil uji t dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Table 4

Uji t

Model	T	Sig
(constant)	- 2.360	.020
X1	.247	.805
X2	6.712	.000

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2023)

1) Variabel kualitas produk memiliki nilai sig 0,805 > 0,05 sehingga H1 ditolak, maka kualitas produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk Erigo di TikTok Shop.

2) Variabel harga memiliki nilai sig 0,000 < 0,05 sehingga H2 diterima, maka harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk Erigo di TikTok Shop.

Uji f

Uji f dilakukan untuk melihat model regresi yang telah dibuat, model regresi dapat diterima jika nilai signifikan dari uji f lebih kecil dari probabilitas yang telah ditentukan, hasil uji f yang diperoleh dari aplikasi SPSS adalah sebagai berikut:

Table 5

Uji f

Model	Mean Square	F	Sig
Regression	26.464	71.941	000 ^b
Residual	.368		

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel hasil uji f nilai sig 0,000. Karena nilai sig jauh lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan bahwa kedua variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Erigo di TikTok Shop.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada penelitian ini dilakukan untuk mengatur ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dan untuk menyakinkan apakah terdapat pengaruh, hasil pada pengujian yang dilakukan pada aplikasi SPSS 24 adalah sebagai berikut:

Table 6

Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	.743 ^a	.552

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2023)

Pada hasil perhitungan dan pengolahan data pada SPSS, maka dapat di ketahui hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk, dan harga, terhadap keputusan pembelian yang memiliki hasil dari nilai konfesien kolerasi (R square) sebesar 0,552. Artinya variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 55,2% sedangkan sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada produk Erigo di TikTok Shop
 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Erigo di TikTok Shop. Berdasarkan hasil uji regresi, ditemukan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Christian, pada jurnal yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Minat Beli Sebagai Variabel Moderating, bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sebagian besar konsumen merasa produk Erigo memiliki motif berbeda-beda pada setiap produk, dan fashion yang ditawarkan sesuai dengan selera konsumen. Selain itu,

konsumen juga merasa bahwa produk yang ditawarkan memiliki daya tahan yang tinggi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kemudian responden merasa bahwa kualitas produk Erigo yang diberikan selalu baik dan bagus. Oleh karena itu peneliti menyimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk maka konsumen akan memberikan sikap yang lebih positif yang akhirnya dapat menimbulkan keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada produk Erigo di TikTok Shop

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Erigo di TikTok Shop. Berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan bahwa secara uji parsial harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tripariyanto & Lukmandono, dalam jurnal yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Promosi Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Type Beat Mathic). Sebagian besar konsumen merasa harga produk Erigo terjangkau semua kalangan masyarakat dan harga jual produk Erigo sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Selain itu, responden merasa bahwa harga jual produk Erigo dapat bersaing dengan produk fashion lain dan harga jualnya sesuai dengan bahan-bahan pilihan sehingga sesuai dengan manfaat yang didapatkan, kemudian konsumen akan mendapatkan apa yang menjadi tujuan konsumen. Oleh karena itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa harga merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan, harga juga merupakan faktor penentu dalam keberhasilan perusahaan dan harga juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada produk Erigo di TikTok Shop

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Erigo di TikTok Shop. Berdasarkan uji simultan, ditemukan bahwa kedua variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Erigo. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Angeline & Jopie, pada jurnal yang berjudul The Effect Of The Price, Promotion, Location, Brand Image And Quality Product Towards The Purchase Decision Of Consumers At Bengkel Gaol Store Manado Town Square bahwa kedua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sebagian besar konsumen merasa bahwa kualitas produk dan harga salah satu cara dalam keputusan pembelian suatu produk. Konsumen akan tertarik apabila kualitas produk baik dan harga sesuai dengan kualitas produk, maka akan dapat menimbulkan keputusan pembelian kepada konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk Erigo di TikTok Shop, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Erigo di TikTok Shop.
2. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Erigo di TikTok Shop. .
3. Harga lebih berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan kualitas produk.

SARAN

1. Bagi perusahaan Erigo diharapkan untuk dapat meningkatkan kualitas produk dengan baik sehingga dapat mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam peneliti dan dapat menambah ilmu pengetahuan peneliti selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew, M. (2019). E-Service Quality dan Citra Merek terhadap Minat Beli: Studi E-Service Quality dan Citra Merek Shopee. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 3(1), 23–38.
- Martini, L. K. B., & Dewi, L. K. C. (2021). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prilaku Konsumtif. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 5(1), 38–54.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken. *Dinamika Kepariwisata*, 11(2), 13–23.
- Sedjati. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Selang, christian A. . (2013). Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian. *jurnal EMBA*, 1(3), 71–80.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan CikZulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Da. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106–128.



UMKT
Program Studi
Manajemen

Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Politik

Telp. 0541-748511 Fax.0541-766832
Website <http://manajemen.umkt.ac.id>
email. manajemen@umkt.ac.id



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN ARTIKEL PUBLIKASI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M.
NIDN : 1125109301
Nama : MuhammadIrsal Irfani
NIM : 1911102431146
Fakultas : Ekonomi Bisnis dan Politik
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa artikel ilmiah yang berjudul “Analisis Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Erigo Di Tiktok Shop” telah di submit pada Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis pada tahun 2023. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/author>

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Samarinda, 25 Juli 2023

Mahasiswa

Pembimbing








Muhammad Irsal Irfani





Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M.

NIDN.125109301

FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Irsal Iffan
 NIM : 1911102431146
 Program Studi : Manajemen
 Bimbingan Mulai : 18 Februari 2023
 Judul Skripsi : Analisis kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pd. produk erigo di toko shop

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf Pembimbing
	15/2 ²³	Pemilihan judul	
	14/5 ²³	Revisi bab 1	
	29/5 ²³	Revisi bab 2	
	9/4 ²³	Revisi bab 3	
	7/4 ²³	Revisi bab 1-3	
	19/5 ²³	- Indikator	
	25/5 ²³	Revisi 4-5	

12/2023 06	Bimbingan bab 4-5	
14/2023 06	Bimbingan bab 4-5	
19/2023 06	Prerensi bab 4-5	
21/2023 06	Prerensi bab 4-5	

Samarinda, 21 - 06 - 2023

Pembimbing,



(Hedyah Astuti Swirman)

JAMBURA

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS

[HOME](#) | [ABOUT](#) | [USER HOME](#) | [CATEGORIES](#) | [SEARCH](#) | [CURRENT](#) | [ARCHIVES](#) | [PUBLICATION ETHICS](#)

[Home](#) > [User](#) > [Author](#) > [Active Submissions](#)

ACTIVE SUBMISSIONS

[ACTIVE](#) [ARCHIVE](#)

ID	MM-DD SUBMIT	SED	AUTHORS	TITLE	STATUS
21258	—	ART	irsal	UNTITLED	Incomplete DELETE
21259	07-25	ART	irfani, Sudirman, Anindita	ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN...	Awaiting assignment

1 - 2 of 2 Items

START A NEW SUBMISSION

[CLICK HERE](#) to go to step one of the five-step submission process.

REFBACKS

[ALL](#) [NEW](#) [PUBLISHED](#) [IGNORED](#)

DATE ADDED	HITS	URL	ARTICLE	TITLE	STATUS	ACTION
---------------	------	-----	---------	-------	--------	--------

There are currently no refeedbacks.

[Publish](#) [Ignore](#) [Delete](#) [Select All](#)

Alamat Redaksi:

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo
Jalan Jenderal Sudirman No. 6 Kota Gorontalo

muhammad.irsal.

by Helpin.id 3

Submission date: 30-Jan-2024 06:41AM (UTC-0500)

Submission ID: 2282005551

File name: muhammad.irsal.docx (53.35K)

Word count: 2936

Character count: 18347

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS

P-ISSN 2620-9551

E-ISSN 2622-1616

JAMBURA: Vol 5, No 3, 2023

Website Jurnal: <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>

ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK ERIGO DI TIKTOK SHOP

Muhammad Irsal Irfani¹, Hudyah Astuti Sudirman², Marsha Anindita³

S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

E-mail: Irsalirfani103@gmail.com

Abstract: This research aims to analyze the relationship between quality of goods and price on purchasing decisions for Erigo products sold at the TikTok Shop. The

muhammad.irsal.

ORIGINALITY REPORT

30%
SIMILARITY INDEX

28%
INTERNET SOURCES

21%
PUBLICATIONS

18%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejurnal.ung.ac.id Internet Source	8%
2	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	2%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
5	repository.stiedewantara.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
7	jurnal.stiepontianak.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to University of Sunderland Student Paper	1%
9	moraref.kemenag.go.id Internet Source	1%
10	repository.mercubuana.ac.id Internet Source	1%
11	www.scribd.com Internet Source	1%
12	Yessy Br. Sembiring, Leonardus Ricky Rengkung, Agnes Estephina Loho. "PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DUNKIN DONUTS JALAN SAM RATULANGI KOTA MANADO", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2019 Publication	1%