

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE BIG MALL SAMARINDA

Artandi Zulramadani <sup>1</sup>, Eka Yudhyani <sup>2</sup>, Zilfana <sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
Email : artandi.zulramadani@gmail.com

---

**Keywords :**

*Product Quality, Price, Purchasing Decisions*

**ABSTRACT**

*The objectives of this research are: 1) To determine and analyze the influence of product quality on purchasing decisions at Matahari Department Store Big Mall Samarinda. 2) To find out and analyze the influence of price on purchasing decisions at Matahari Department Store Big Mall Samarinda. 3) To find out and analyze the influence of product quality and price on purchasing decisions at Matahari Department Store Big Mall Samarinda.*

*This research was conducted only on the people of Samarinda city and Matahari Department Store Big Mall Samarinda customers, where this research was conducted from October 2023 – April 2024. The sample taken was 96 respondents using the purposive sampling. Data collection techniques use field research and library research. Data collection by distributing questionnaires with a Likert scale to measure each indicator. The analytical tool in this research uses multiple linear regression analysis.*

*The research results show that 1) Product quality has a significant influence on purchasing decisions at Matahari Department Store Big Mall Samarinda because the products sold at Matahari Department Store Big Mall Samarinda are brands that are well known among the public so the quality of the products provided is guaranteed. 2) Price has a significant influence on purchasing decisions at Matahari Department Store Big Mall Samarinda due to the prices set for the products offered by Matahari Department Store Big Mall Samarinda is cheap and has good clothing styles up to date so that consumers feel satisfied and decide to buy the products offered. 3) Product quality and price together have a significant influence on purchasing decisions at Matahari Department Store Big Mall Samarinda because consumers feel that the product quality meets expectations and the price is considered reasonable, so consumers feel that they are getting good value and decide to buy the product.*

## PENDAHULUAN

Banyak perusahaan ritel dibidang *fashion* terus bermunculan di kota-kota besar Indonesia seperti *Centro Department store*, *Metro Department store* dan *Matahari Department store*. Dengan semakin bertambahnya jumlah perusahaan ritel yang menghasilkan berbagai macam kategori produk maka terciptalah suatu kondisi persaingan dalam upaya merebut pangsa pasar (*market share*). Adanya persaingan yang ketat antara perusahaan ritel dibidang *fashion* menuntut perusahaan untuk memikirkan strategi yang tepat guna bersaing dengan para pesaing. Ada banyak cara yang dapat dilakukan, seperti memperhatikan aspek kualitas produk dan menekankan harga jual yang bersaing.

Kualitas produk yang baik menjadi kunci dalam mempertahankan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas merek dan menciptakan diferensiasi kompetitif di pasar. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Keller, 2017: 121). Semakin berkualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen akan dapat terpenuhi dan konsumen akan terus tertarik untuk melakukan pembelian produk tersebut. Perusahaan harus berusaha untuk memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar kualitas yang tinggi dan memenuhi harapan pelanggan.

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Penetapan harga yang tepat memainkan peran penting dalam menghasilkan keuntungan perusahaan. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan (Fandy Tjiptono, 2016: 218). Harga harus cukup tinggi untuk mencakup biaya produksi dan menghasilkan margin keuntungan yang memadai. Perusahaan dapat menggunakan berbagai strategi harga, seperti harga penetrasi (menetapkan harga rendah untuk memasuki pasar), harga prestise (menetapkan harga tinggi untuk menciptakan citra produk yang eksklusif) atau harga diskon (menawarkan diskon untuk menarik pelanggan baru atau meningkatkan penjualan). Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan. Harga yang ditetapkan perusahaan dapat mempengaruhi pembelian suatu produk.

Samarinda, sebagai kota besar dan pusat ekonomi di Kalimantan Timur, memiliki beragam toko ritel yang bersaing. Matahari Department Store di Big Mall Samarinda merupakan salah satu toko ritel terkemuka di kota Samarinda. Konsumen sering kali berbelanja di Matahari Department Store di Big Mall Samarinda terutama menjelang hari raya Idul Fitri dan Natal. Matahari Department Store di Big Mall Samarinda memiliki beberapa karakteristik kualitas produk yang menjadi pertimbangan bagi konsumen. Matahari Department Store Big Mall Samarinda menawarkan berbagai merek terkenal dan merek pilihan yang diakui di pasaran karena kualitas yang diberikan telah teruji. Matahari Department Store Big Mall Samarinda menawarkan produk dengan bahan berkualitas tinggi dan produk yang ditawarkan sesuai dengan tren mode terbaru dan menawarkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan saat ini.

## METODE

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field work research*) dengan mengangkat data yang ada dilapangan, dengan cara kuesioner dan penelitian kepustakaan (*library research*)

## 2. Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2017:215) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Samarinda dan pelanggan Matahari *Department Store* Big Mall Samarinda dan dilihat dari jumlahnya termasuk dalam populasi yang tidak diketahui.

Menurut Sugiyono (2017:215) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah unit dalam sampel dilambangkan dengan notasi  $n$ .

Penentuan jumlah sampel, menurut Riduwan (2015:66) dalam menentukan sampel yang populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui, dapat menggunakan rumus *unknown population* sebagai berikut :

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Sumber : Riduwan (2015:66)

Keterangan :

$n$  : Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$  : Ukuran tingkat kepercayaan dengan  $\alpha = 5\%$  atau derajat keyakinan ditentukan 95% ( $\alpha = 0,05$  maka  $Z_{0,05} = 1,96$ )

$\sigma$  : Standar deviasi (0,25)

$e$  : Standar *error* atau kesalahan yang dapat ditoleransi ( $5\% = 0,05$ )

Sehingga perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$
$$n = \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04 \approx 96$$

Hasil dari perhitungan sampel adalah 96,04 bila dibulatkan menjadi 96. Jadi, setelah pembulatan jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 96 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan pertimbangan tertentu dan memiliki karakteristik tertentu. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Masyarakat Kota Samarinda
2. Konsumen yang membeli pernah membeli di Matahari *Department Store Big Mall* Samarinda
3. Berusia 17 Tahun keatas

## 3. Alat Analisis

### a. Regresi Linier Berganda

Menurut Imam Gozali (2016:96) Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen.

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variable independen (X) dengan dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan, antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing - masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Mengidentifikasi variabel telah dikemukakan yaitu terdapat satu variabel

dependen dan dua variabel independen. Variabel – variabel ini bersifat terukur (kuantitatif), maka penggunaan Multiple Regression dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- a = Konstanta
- b = Koefisien X variabel bebas
- Y = Keputusan Pembelian
- X<sub>1</sub> = Kualitas Produk
- X<sub>2</sub> = Harga
- e = *Standart Error*

**b. Uji Parsial (Uji T)**

Menurut Ghozali (2016:97) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 (α=5%). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Hipotesis pertama diterima jika kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang diukur dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada nilai sig. < α 0,05 sedangkan hipotesis ditolak jika kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian yang diukur dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada nilai sig. > α 0,05.
- b. Hipotesis kedua diterima jika harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang diukur dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada nilai sig. < α 0,05 sedangkan hipotesis ditolak jika harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian yang diukur dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada nilai sig. > α 0,05.

**c. Uji Simultan (Uji F)**

Menurut Ghozali (2016:96) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut:

Hipotesis ketiga diterima jika kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diukur dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada nilai sig. < α 0,05 sedangkan hipotesis ditolak jika kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian diukur dengan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada nilai sig. > α 0,05.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Analisis Regresi Linear Berganda**

Regresi linear berganda adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>), sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS, hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1 : Uji Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.710	.994		5.743	.000
	Kualitas Produk	.206	.077	.247	2.689	.008
	Harga	.322	.067	.440	4.790	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan perhitungan pada tabel 1 diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebagai berikut :

$$Y = 0,247 (X_1) + 0,440 (X_2) + e$$

- a) Pengaruh variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,247 atau berpengaruh positif. Positif artinya apabila kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- b) Pengaruh variabel harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,440 atau berpengaruh positif. Positif artinya apabila harga meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

### B. Uji t (Uji Parsial)

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (p-value), jika signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima. Sebaliknya jika nilai signifikansi hasil hitung  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak. Hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2 : Uji t (Parsial)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.710	.994		5.743	.000
	Kualitas Produk	.206	.077	.247	2.689	.008
	Harga	.322	.067	.440	4.790	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Diolah (2024)

Uji parsial dilakukan untuk melihat secara individual berpengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan =  $df - k$  ( $df$  = jumlah sampel dan  $k$  = jumlah variabel keseluruhan), ( $df - k$ ) atau  $96 - 3$  dengan signifikansi hasil  $t_{tabel}$  sebesar 1,985.

Berdasarkan tabel 2 pada tabel diatas maka dapat dijelaskan :

#### 1. Kualitas Produk ( $X_1$ )

Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,689 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,008 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### 2. Harga ( $X_2$ )

Variabel harga ( $X_2$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,790 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih

kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

### C. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Hasil uji F (simultan) dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3 : Uji F (Simultan)**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.596	2	26.298	23.971	.000 <sup>b</sup>
	Residual	102.029	93	1.097		
	Total	154.625	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber : Data Diolah (2024)

Tabel distribusi F dicari pada tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , nilai  $df_1 = k - 1$  ( $3 - 1$ ) dan  $df_2$  jumlah sampel – jumlah variabel keseluruhan ( $96 - 3$ ). Maka hasil nilai  $F_{tabel}$  diperoleh sebesar 3,09.

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 23,971$  lebih besar dari  $F_{tabel} = 3,09$  dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## Pembahasan

### a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,689 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,008 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis dapat diterima.

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diakrenakan Matahari Department Store Big Mall Samarinda dikenal sebagai salah satu ritel yang menawarkan produk-produk berkualitas. Produk – produk yang dijual pada Matahari Department Store Big Mall Samarinda merupakan merek yang cukup dikenal dikalangan masyarakat sehingga kualitas produk yang diberikan terjamin. Produk – produk yang ditawarkan Matahari Department Store Big Mall Samarinda sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen dan produk dapat diandalkan. Matahari memiliki sistem kontrol kualitas yang ketat untuk memastikan bahwa produk-produk yang mereka jual memenuhi standar yang ditetapkan. Ini melibatkan pemeriksaan kualitas secara teratur untuk memastikan bahwa produk yang tersedia di toko adalah produk berkualitas tinggi, sehingga meningkatkan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosita (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian *Online* Produk t-shirt Samesame *Clothing*)” dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan hasil penelitian tersebut sama dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **b. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Variabel harga ( $X_2$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,790 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis dapat diterima.

Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan harga yang di bandrol bagi produk yang dikeluarkan oleh Matahari *Department Store Big Mall* Samarinda ini murah dan dengan model baju yang *up to date* sehingga konsumen merasa puas dan memutuskan membeli produk yang ditawarkan. Semua harga yang ditawarkan oleh Matahari *Department Store Big Mall* sangat terjangkau bagi semua kalangan. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang didapat, sehingga konsumen merasa senang untuk berbelanja. Meskipun menawarkan produk-produk berkualitas, Matahari seringkali menetapkan harga yang kompetitif. Strategi membuat produk mereka lebih terjangkau dan dapat dijangkau bagi berbagai lapisan masyarakat tanpa terkecuali.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Candra Presley Simanjuntak (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji (Studi Kasus pada Burger King Artha Gading Mall)” dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan hasil penelitian tersebut sama dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **c. Pengaruh Simultan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 23,971$  lebih besar dari  $F_{tabel} = 3,09$  dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis dapat diterima.

Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian disebabkan oleh Matahari *Department Store Big Mall* Samarinda menawarkan produk yang memiliki kualitas tinggi tetapi disertai dengan harga yang terjangkau. Konsumen merasa kualitas produk sesuai dengan harapan dan harga dianggap wajar, sehingga konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Matahari terkenal dengan produk yang cukup terkenal tetapi dapat memberikan harga yang terjangkau, sehingga konsumen merasa bahwa Matahari merupakan alternatif untuk kebutuhan pakaian karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Penetapan harga yang terjangkau dan tetap memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan, Matahari dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan daya saingnya dalam industri ritel.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Candra Ridho Saputra (2020) dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru” dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan hasil penelitian tersebut sama dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Matahari *Department Store* Big Mall Samarinda dikarenakan produk – produk yang dijual pada Matahari *Department Store* Big Mall Samarinda merupakan merek yang cukup dikenal dikalangan masyarakat sehingga kualitas produk yang diberikan terjamin.
- b. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Matahari *Department Store* Big Mall Samarinda dikarenakan harga yang di bandrol bagi produk yang ditawarkan oleh Matahari *Department Store Big Mall* Samarinda ini murah dan dengan model baju yang *up to date* sehingga konsumen merasa puas dan memutuskan membeli produk yang ditawarkan.
- c. Kualitas produk dan harga secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Matahari *Department Store* Big Mall Samarinda dikarenakan konsumen merasa kualitas produk sesuai dengan harapan dan harga dianggap wajar, sehingga konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik dan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

## 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dalam penelitian ini , maka dapat disarankan:

1. Bagi Perusahaan :  
Hendaknya Matahari *Department Store Big Mall* Samarinda harus memperhatikan kualitas produk yang dijual dan mempertahankan harga jual yang terjangkau sehingga hal tersebut diharapkan dapat berdampak pada peningkatan keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya :  
Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas penelitian tidak hanya pada PT Matahari *Department Store Big Mall* Samarinda dan menambah variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti, promosi, kualitas pelayanan dan lain - lain.

## REFERENCES

- Fandy Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas. Diponegoro.
- Kotler Philip & Amstrong Gary. 2019. *Principle Of Marketin*. 17e Global. Edition. New York : Pearson Education Limited.
- Riduwan. 2015. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.