



## Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan di Toko Emas Amir Syah Kecamatan Panyabungan

Rini Wahyuni <sup>1</sup>, Vebri Sugiharto <sup>2</sup>, Mufti Fahrizal <sup>3</sup>

<sup>123</sup> Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, Indonesia

Jl. Prof. Dr. Andi Hakim Nst Komplek Stain, Pidoli Lombang, Kec.Panyabungan,  
Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara 22976

Email : [riniw202020@gmail.com](mailto:riniw202020@gmail.com) , [vebrisugiharto31@gmail.com](mailto:vebrisugiharto31@gmail.com),  
[muftifahrizal@gmail.com](mailto:muftifahrizal@gmail.com),

**Abstract:** This research aims to determine the effect of price on jewelry purchasing decisions at the Amir Syah gold shop, using price as an independent variable and purchasing decisions as the dependent variable. The population used in the research were consumers who made purchases at the Amir Syah gold shop in 2023 and the sample was 84 respondents. The type of research used is quantitative, data collection techniques are observation, documentation and questionnaires. The analysis method for this research uses validity tests, reliability tests, normality tests, heteroscedasticity tests, simple linear regression tests and hypothesis tests. All of these tests were carried out using the SPSS version 25 program. Based on the results of the t test,  $t_{count} = 6.579$   $t_{table} > 1.664$  and the sig value = 0.000 at a significance level of 0.05. So it can be concluded that the hypothesis is accepted, which means that there is a positive and significant influence of price on purchasing decisions because the results of the t test fulfill all of the first conditions, namely  $t_{count} > t_{table}$  ( $6.579 > 1.664$ ) and the sig number  $< 0.05$  ( $0.000 < 0.05$ ). Based on the coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 0.345 or 34.5%. This means that the ups and downs in decisions to purchase jewelry at the Amir Syah gold shop in Panyabungan District due to the influence of prices can be anticipated. Through this regression equation, the remaining 65.5% is influenced by other factors or variables outside this research.

**Keywords:** Price, Purchase Decision, Jewellery

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian perhiasan di toko emas Amir Syah, dengan menggunakan harga sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah konsumen yang melakukan pembelian di toko emas Amir Syah di tahun 2023 dan sampel nya 84 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, teknik pengumpulan data adalah observasi, dokumentasi dan angket. Metode analisis penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis. Semua uji ini dilakukan menggunakan program SPSS versi 25. Berdasarkan hasil pengujian uji t diperoleh  $t_{hitung} = 6,579$   $t_{tabel} > 1,664$  dan nilai sig= 0,000 pada taraf signifikan 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian karena hasil dari pengujian uji t memenuhi keseluruhan dari ketentuan pertama yakni  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,579 > 1,664$ ) dan angka sig  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,345 atau 34,5%. Artinya naik turunnya peningkatan keputusan pembelian perhiasan di toko emas Amir Syah Kecamatan Panyabungan karena pengaruh harga dapat diantisipasi. Melalui persamaan regresi tersebut sedangkan sisanya 65,5% dipengaruhi oleh faktor atau varabel lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci :** Harga, Keputusan Pembelian, Perhiasan

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini sudah membawa banyak kemajuan yang sangat pesat yang dimana hal itu dapat dilihat dari banyaknya beraneka ragam jenis sektor industri bisnis yang mulai bermunculan di Indonesia. Emas yaitu logam mulia lunak dan mudah di tempa, biasanya digunakan sebagai perhiasan dan barang berharga. Selain itu emas terkadang menjadi investasi yang populer dan terpercaya dari masa ke masa. Toko emas Amir

Syah adalah suatu unit usaha yang bergerak pada produk maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya didalam dunia perhiasan yang merupakan penjualan emas asli. Toko Emas Amir Syah ini berlokasi di Pasar Baru Blok G No 45 Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal yang dimana toko ini menjadi pilihan konsumen ketika berbelanja perhiasan di panyabungan.

Namun, observasi awal penulis menunjukkan bahwa ada beberapa masalah di toko emas Amir Syah yang dimana harga di toko emas Amir Syah seringkali mengalami fluktuasi yang signifikan, oleh karena itu penetapan harga yang fluktuatif dari waktu ke waktu mengakibatkan ketidakpastian bagi konsumen dan sulit untuk merencanakan pembelian. Beberapa kali, harga emas di toko tersebut tercatat lebih tinggi dibandingkan pesaing, sementara pada kesempatan lain harga yang ditawarkan justru lebih murah daripada pesaingnya, dikarenakan harga toko emas Amir Syah yang berbeda-beda dengan pesaing maka dapat menciptakan kesulitan dalam mempertahankan kepercayaan konsumen. Selain itu pada toko emas Amir Syah dilihat dari model perhiasan emasnya masih kurang bervariasi, sehingga mengakibatkan kehilangan daya tarik pasar karena kurangnya pilihan yang menarik dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Berikut ini data pembelian dan penjualan periode tahun 2023 yaitu:

**Tabel 1**  
**Data Pembelian dan Penjualan Toko Emas Amir Syah**  
**Kecamatan Panyabungan**

No	Bulan	Jumlah yang Menjual	Jumlah yang Membeli
1.	Januari	28	65
2.	Februari	19	54
3.	Maret	16	46
4.	April	13	80
5.	Mei	32	63
6.	Juni	18	47
7.	Juli	34	32
8.	Agustus	29	35
9.	September	24	31
10.	Oktober	19	28
11.	November	16	25
12.	Desember	18	21
Jumlah		226	527

*Sumber : Data pembelian dan Penjualan di Toko Emas Amir Syah*

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 1 dapat dilihat bahwa penjualan pada toko emas Amir Syah mengalami ketidakstabilan jumlah pembeli yang terkadang mengalami kenaikan dan mengalami penurunan. Pada tahun 2023 toko emas Amir Syah mengalami penurunan yang sangat drastis contohnya dilihat dari data yang membeli. Pada tahun 2023 bulan Januari yang membeli emas mencapai 65 orang dan pada bulan Februari mengalami penurunan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa yang mendorong pelanggan untuk membeli di toko emas Amir Syah di Kecamatan Panyabungan. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian terhadap permasalahan yang timbul dan mengkaji masalah yang diangkat menjadi judul yaitu "**Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan di Toko Emas Amir Syah Kecamatan Panyabungan**".

## **2. KAJIAN TEORI**

### **Harga**

#### **Defenisi Harga**

Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk sebuah produk atau jasa atau nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat, kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa (Kotler & Amstrong dalam Hulima et al., 2021). Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter (Fauzi & Nurbijah, 2018). Sedangkan menurut (Sholihim dalam Sihombing, 2022) harga adalah jumlah uang yang diterima oleh penjual dan hasil penjualan suatu produk barang atau jasa, yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha. Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka penulis memberikan kesimpulan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen dengan harapan mendapatkan imbalan berupa manfaat dari barang atau jasa tersebut.

#### **Indikator Harga**

Menurut (Kotler dan amstrong dalam Pradana et al., 2018) indikator harga adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen akan memilih harga dengan pertimbangan manfaat dari suatu produk yang akan diperolehnya.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Kesesuaian harga dengan kualitas produk merupakan suatu konsep yang merujuk pada sejauh mana harga suatu produk mencerminkan atau sepadan dengan kualitas produk tersebut. (Brama Kumbara, 2021).

3. Daya saing harga. Daya saing harga mencakup seberapa baik suatu produk atau layanan mampu menarik pelanggan berdasarkan harga yang ditawarkan. (Mohamad & Niode, 2020).
4. Kesesuaian harga dengan manfaat. Kesesuaian harga dengan manfaat merupakan suatu konsep yang menyangkut sejauh mana harga suatu produk atau layanan sesuai dengan manfaat yang diberikan kepada konsumen (Nabilah Fazha Azizah, 2023).

## **Keputusan Pembelian**

### **Defenisi Keputusan Pembelian**

Keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan yang harus dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan (Sihombing, 2022). Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan harus tersedia beberapa alternatif pilihan (Schiffman dalam Kadek Rista Ananda Putra, 2022). Sedangkan menurut (Suharto dalam Khafidin, 2020) keputusan pembelian adalah semua tindakan yang menentukan semua pilihan yang ada untuk dipilih salah satu diantaranya, dengan melalui tahap pengenalan, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli dan perilaku setelah pembelian. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

### **Indikator Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian diukur dengan menggunakan indikator-indikator (Kotler dalam wardana, 2014) sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian setelah pembelian (Nabilah Fazha Azizah, 2023).

### 3. METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi. Penelitian kuantitatif sebagian besar dilakukan dengan menggunakan metode statistik yang digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif dari studi penelitian (Abdullah et al., 2021).

#### Populasi dan Sampel Penelitian

##### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalis yang terdiri dari objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi ini adalah yang membeli di toko emas Amir Syah Kecamatan Panyabungan yang berjumlah sebanyak 527 orang tahun 2023.

##### 2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018), Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Guna mendapat sampel yang representatif atau mewakili populasi penelitian, maka penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Peneliti akan berusaha agar dalam sampel itu terdapat wakil-wakil dari segala lapisan populasi. Sampel *purposive* dilakukan dengan mengambil orang-orang yang benar terpilih oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel tersebut. Seperti kriteria dibawah ini:

- a. Responden berusia minimal 21 tahun
- b. Responden merupakan konsumen dari produk toko emas Amir Syah Kecamatan Panyabungan
- c. Responden adalah orang yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali pembelian produk dalam 1 tahun di toko emas Amir Syah Kecamatan Panyabungan
- d. Responden adalah orang yang melakukan pembelian produk atas keputusan sendiri, bukan keputusan orang lain.

Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu berdasarkan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

E : Persentase ketidakteelitian karena kesalahan 10% (0,1)

Maka

$$n = \frac{527}{1 + 527 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{527}{1 + 527(0.01)}$$

$$n = \frac{527}{1 + 5.27}$$

$$n = \frac{527}{6.27} = 84.05$$

Dari perhitungan tersebut, maka penulis mengambil sampel sebanyak 84 orang.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data harus memerlukan informasi dan data yang akan diperlukan dalam penelitian ini. Beberapa metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi
2. Kuesioner
3. Dokumentasi

### **Teknik Analisis Data**

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Asumsi Klasik
  1. Uji Normalitas
  2. Uji Heterokedastisitas
4. Analisis Regresi Linear Sederhana

### **Teknik Pengujian Hipotesis**

- a. Uji Parsial (Uji t)
- b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

#### **4.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Panyabungan merupakan ibu kota Kabupaten Mandailing Natal yang berada di Provinsi Sumatera Utara. Salah satu aspek yang telah dibangun dan sedang dikembangkan adalah pasar baru Panyabungan. Keberadaan pasar tradisional di Kecamatan Panyabungan diawali dari sebuah pasar lama Panyabungan yang berada pada jalan besar di Kecamatan Panyabungan. Pasar lama Panyabungan ini dulunya telah berkembang, namun keberadaan pedagang yang berada tepat ditepi jalan besar Panyabungan telah mengakibatkan terganggunya arus lalu lintas dan menyebabkan pasar lama sudah tidak dapat menampung banyaknya pedagang dan banyaknya pembeli.

Pada tahun 2004 pasar lama yang sudah tidak memadai direlokasi ke pasar baru Panyabungan. Dengan bertambahnya jumlah penduduk, maka perlunya pasar baru yang ada di Panyabungan, karena pasar sebagai bentuk pelayanan umum tempat terjadinya transaksi jual beli barang bagi masyarakat. Pembangunan gedung pasar baru Panyabungan dimulai tahun 2002 s/d tahun 2003 dan diaktifkan mulai tahun 2004. Pasar ini dibangun berdasarkan tingkat kebutuhan masyarakat Kabupaten Mandailing Natal karena pada tahun 1999 Kabupaten Mandailing Natal dilahirkan yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Tapanuli selatan.

Toko emas Amir Syah merupakan suatu unit usaha yang bergerak dibidang produk maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya didalam dunia perhiasan. Toko emas Amir Syah pertama kali didirikan pada tahun 2004 oleh bapak Amir Syah di pasar baru Panyabungan. Pada saat bapak Amir Syah masih kelas 2 Sekolah Menengah Pertama (SMP) sudah mulai membantu ibunya yang bernama ibu Siti Kholijah yang memiliki toko emas di pasar lama Kecamatan Panyabungan, dalam usaha ibunya itu bapak Amir Syah dan abangnya menjadi tukang membuat perhiasan emasnya dan ibunya sebagai penjualnya selama 2 tahun. Seiring berjalannya waktu bapak Amir Syah berinisiatif bekerja dengan toko emas yang lain dan menjadi tukang emasnya, gaji yang diperoleh setiap harinya pun ditabung, berkat kerja keras dari bapak Amir Syah setelah 3 tahun bekerja dengan orang lain bapak Amir Syah pun membeli tanah, setelah beberapa bulan ada yang ingin membeli tanah bapak Amir Syah seharga 7 juta dan bapak Amir Syah pun menjualnya. Pada saat itu mulai didirikan pasar baru Panyabungan pada tahun 2004 yang kemudian uangnya dia gunakan untuk membeli kios dan selebihnya digunakan untuk modal usaha perhiasan emas.

Bapak Amir Syah memulai usahanya dengan menjual perhiasan yang tidak begitu banyak yang hanya tersedia seadanya saja dan pada waktu itu belum ada karyawan yang membantu kegiatan usaha bapak Amir Syah hanya bapak Amir Syah lah yang selalu mengerjakan semuanya sendirian. Dipertengahan tahun 2007 sudah mulai banyak jenis

perhiasan yang tersedia dan mulai lengkap dan tokonya semakin dikenal. Pada saat itu tepatnya bulan syawal orang mulai banyak membutuhkan perhiasan emas dan membelinya di toko bapak Amir Syah. Sekarang bapak Amir Syah memiliki 4 karyawan di toko emasnya dan semakin banyak perhiasan emas yang tersedia yaitu dengan menjual berbagai macam perhiasan emas seperti liontin, gelang, cincin, kalung dan anting-anting. Saat ini, toko emas Amir Syah cukup terkenal di Kecamatan Panyabungan.

## Hasil Penelitian

### Uji Validitas

#### a. Kuesioner Harga (X)

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak akan dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Nilai  $r_{tabel}$  dapat diketahui dari jumlah sampel dan taraf signifikansi. Rumus untuk mengetahui  $r_{tabel}$  adalah  $df = n - 2$ , dikarenakan jumlah dari variabel dalam penelitian ada dua oleh sebab itu DF (*Degre Of Freedom*)  $n$  sebesar 84 ( $df = 84 - 2 = 82$ ) dan keseluruhan item variabel penelitian mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu pada taraf signifikan 10% atau (0,1) dan diperoleh  $r_{tabel} = 0,1807$ . Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS for windows versi 25. Item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid apabila memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ . Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Harga (X)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X1	0,776	0,1807	Valid
X2	0,748	0,1807	Valid
X3	0,651	0,1807	Valid
X4	0,743	0,1807	Valid
X5	0,736	0,1807	Valid
X6	0,670	0,1807	Valid
X7	0,634	0,1807	Valid
X8	0,576	0,1807	Valid

Sumber: Pengolahan Data Program SPSS 25

Berdasarkan tabel 2 di atas, diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

b. Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Y1	0,693	0,1807	Valid
Y2	0,787	0,1807	Valid
Y3	0,848	0,1807	Valid
Y4	0,835	0,1807	Valid
Y5	0,874	0,1807	Valid
Y6	0,854	0,1807	Valid
Y7	0,831	0,1807	Valid
Y8	0,801	0,1807	Valid
Y9	0,807	0,1807	Valid
Y10	0,827	0,1807	Valid

*Sumber: Pengolahan Data Program SPSS 25*

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dari Keputusan Pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

**Uji Reliabilitas**

a. Harga (X)

Uji realibilitas adalah untuk mengetahui sejumlah hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pada program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Cronbach Alpha yang dimana suatu instrument penelitian dikatakan reliabel, jika koefisien menggunakan batasan 0,6. Adapun hasil pengujian reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Harga (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,844	8

Sumber: Pengolahan Data Program SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil pengujian nilai cronbach alpha seluruhnya  $0,844 > 0,60$ . Berdasarkan data di atas maka seluruh indikator pernyataan variabel harga dinyatakan reliabel dan dapat disebarkan kepada responden untuk dijadikan sebagai instrument dalam penelitian.

b. Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 5

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

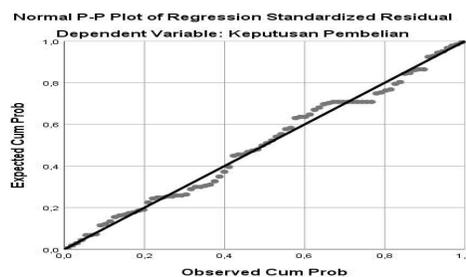
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,939	10

Sumber: Pengolahan Data Program SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil pengujian nilai cronbach alpha seluruhnya  $0,940 > 0,60$ . Berdasarkan data di atas maka seluruh indikator pernyataan variabel keputusan pembelian dinyatakan reliabel dan dapat disebarkan kepada responden untuk dijadikan sebagai instrumen dalam penelitian.

### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah dilakukan pada model regresi berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas ini dapat dideteksi dengan menggunakan plot normal. Uji normalitas dilakukan dengan cara menguji total nilai dari setiap responden pada variabel harga maupun variabel keputusan pembelian secara bersama-sama. Untuk uji normalitas data menggunakan kurva normal *probability plot* dengan ketentuan jika titik-titik pada grafik menyebar dan terhimpit mengikuti sekitar garis diagonal maka data yang digunakan berdistribusi secara normal. Berdasarkan plot yang terlihat pada gambar. Berikut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.



Gambar 1

Hasil Uji Normalitas

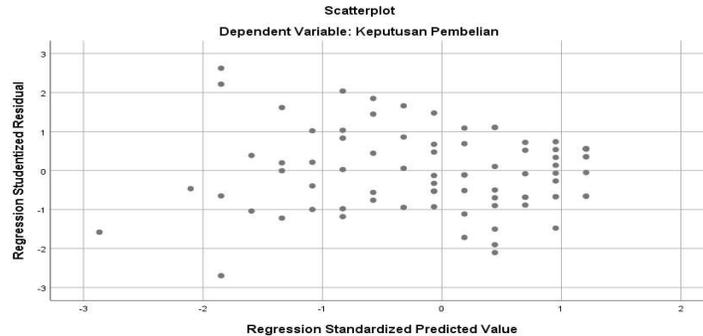
Gambar di atas diperoleh berdasarkan pengolahan data penelitian yang diambil dari jawaban responden yang diolah menggunakan program SPSS 25. Pada grafik tersebut menunjukkan bahwa titik menyebar di sekitar garis diagonal yang sangat mendekati dan sejajar dengan garis diagonal, bahkan banyak titik-titik yang menempel pada garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi secara normal. Sebaliknya, hasil titik-titik yang ada membentuk sebuah pola dan menyebar atau jauh dari garis diagonal yang ada, maka data tidak berdistribusi secara normal.

### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas, begitu pula sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 Pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 2**

### **Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Hasil Pengolahan Data Program SPSS 25*

Berdasarkan gambar di atas diperoleh berdasarkan pengolahan data penelitian yang diambil dari jawaban responden yang diolah menggunakan program SPSS 25. Terlihat titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah tidak berbentuk pola, maka dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika titik-titiknya berbentuk pola yang teratur maka mengidentifikasi terjadi heteroskedastisitas.

### **Analisis Regresi Linear Sederhana**

Uji ini digunakan untuk membuat model persamaan regresi sehingga dapat dilakukan pengujian model untuk memprediksi besarnya variabel terikat dengan menggunakan data variabel bebas yang sudah diketahui besarnya serta untuk menguji kebenaran hipotesis. Berdasarkan

perhitungan analisis regresi linear sederhana yang digunakan melalui analisis statistik dengan menggunakan SPSS 25, hasil analisis tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,335	4,977		2,077	,041
	Harga	,923	,140	,588	6,579	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data Program SPSS 25

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS 25, pada tabel 6 di atas, maka diperoleh koefisien regresi linear sederhana  $X = 0,923$ . Sedangkan konstanta regresi adalah 10,335, sehingga persamaan regresi linear sederhana adalah:

$$Y = 10,355 + 0,923 X$$

Persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 10,335 artinya ketika variabel keputusan pembelian bernilai nol, maka harga akan mencapai 10,335.
- Koefisien regresi  $X = 923$  artinya apabila harga naik sebanyak 1 satuan, maka harga naik sebesar 923. Variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian karena pada hasil uji analisis regresi sederhana tidak menghasilkan angka negatif.

### Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk melihat pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilaksanakan menggunakan uji t, maka signifikansi  $t_{hitung}$  menjadi faktor penentu. Apabila nilai signifikansi  $t_{hitung} < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel seperti dibawah ini:

**Tabel 7**  
**Hasil Pengujian Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,335	4,977		2,077 ,041
	Harga	,923	,140	,588	6,579 ,000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

*Sumber: Hasil Pengolahan Data Program SPSS 25*

Berdasarkan hasil pengujian uji parsial (uji t) pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  harga sebesar  $6,579 > t_{tabel}$  1,664 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  : ditolak dan  $H_a$  : diterima, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada toko emas Amir Syah Kecamatan Panyabungan.

### Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai 1. Besarnya nilai R jika semakin mendekati 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Besarnya nilai R jika semakin mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,588 <sup>a</sup>	,345	,337	5,020
a. Predictors: (Constant), Harga				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

*Sumber: Hasil Pengolahan Data Program SPSS 25*

Dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS 25, pada tabel 8 diatas terlihat bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,345. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 34,5% variasi dalam variabel Y (keputusan pembelian) dapat ditentukan oleh variabel harga, sementara 65,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sesuai dengan perincian masalah, maka dapat disimpulkan bahwa: Berdasarkan hasil pengujian signifikansi parsial (uji t) diperoleh  $t_{hitung} = 6,579$ ,  $t_{tabel} = 1,664$  dan nilai sig = 0,000 pada taraf signifikan 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian karena hasil dari pengujian uji t memenuhi keseluruhan dari ketentuan pertama yakni  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,579 > 1,664$ ) dan angka sig  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka dari itu didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Saran

Adapun saran-saran yang peneliti berikan yang dapat direkomendasikan untuk menjaga pertimbangan setelah meneliti permasalahan ini adalah Bagi toko emas Amir Syah, mengingat semakin banyak konsumen yang selektif dalam memilih, maka perlu melakukan penentuan harga yang terjangkau sesuai dengan pasaran dan kualitas produk. Hendaknya toko emas Amir Syah lebih memperbanyak model perhiasan dari segi bentuk model agar konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti faktor-faktor lain seperti ekuitas produk, pelayanan dan merek yang mungkin biasa mempengaruhi keputusan pembelian. Dikarenakan pengaruh yang diberikan oleh variabel harga hanya sebesar 34,5% sedangkan 65,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Yang mana pengaruh faktor lain lebih besar daripada pengaruh harga.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif* (Issue May).
- Agung, P., & Anik. (2013). *Metode penelitian bisnis kuantitatif dan kualitatif* (Vol. 1).
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk, dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Fauzi, R. A., & Nurbijah, S. (2018). Analisis pengaruh fluktuasi harga emas terhadap omset Perum Pegadaian Cabang Cicurug. *Jurnal Ilmiah Binaniaga*, 3(02), 35. <https://doi.org/10.33062/jib.v3i02.195>
- Hulima, J. S. P., Soepeno, D., Tielung, M. V. J., Produk, P. K., Dan, P., & Harga, P. (2021). Keputusan pembelian pada Wardah di Kota Manado: The effect of product quality, promotion, and pricing on purchasing decisions in Wardah at Manado City. *Jurnal*

*EMBA*, 9(2), 1167–1177.

- Kadek Rista Ananda Putra, Nengah Landra, N. M. D. P. (2022). *Jurnal emas*, 2(1), 51–70. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4268/3309>
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1), 1–15. <http://eprints.umsida.ac.id/6801/>
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis strategi daya saing (competitive advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *13*, 1–14.
- Nabilah Fazha Azizah. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di AR Coffee Beverage. *Journal of Engineering Research*, 52.
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor.
- Sihombing, R. (2022). Pengaruh fluktuasi harga emas dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk rahn. *IAIN Padang Sidimpuan*, 1–135.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D* (Edisi ke-11). Alfabeta.
- Wardana, M. A. (2014). Proses keputusan pembelian konsumen. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.