

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI NAKO CABANG DEPOK

Raditya Bhirawa -<sup>1</sup>

Mohammad Maskan <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

<sup>1</sup>raditbhirawa@gmail.com,

<sup>2</sup>alifmaskan@gmail.com,

### Abstrak

Faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat diperhatikan oleh semua perusahaan, karena kualitas produk berkaitan erat dengan masalah keputusan pembelian konsumen. Selain kualitas produk, harga juga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kopi Nako Cabang Depok.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan 3 variabel yaitu harga, kualitas produk, dan variabel keputusan pembelian. Metode. Teknik analisa data menggunakan uji regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 12.565 + 0,635X_1 + 0.471X_2$ . Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} = 5.667 > t_{tabel} 1.660$  dan nilai signifikan  $t$  sebesar  $0.000 < 0.05$ , serta kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} = 3.754 > t_{tabel} 1.660$  dan nilai signifikan  $t$  sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hasil pengujian secara simultan menunjukkan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 77.178 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3.09, artinya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikansi 0.000 jauh lebih kecil dari 0.05.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kopi Nako Cabang Depok. Kopi Nako Cabang Depok disarankan untuk selalu memperhatikan penetapan harga dan kualitas produk guna menciptakan keputusan pembelian.

**Kata kunci** : harga ; kualitas produk ; keputusan pembelian

### Abstract

The main factor that consumers consider in deciding to purchase is product quality. Product quality is something that needs to be considered by all companies, because product quality is closely related to consumer purchasing decisions. In addition to product quality, price is also one of the main factors for consumers in considering their buying decisions. The purpose of this study was to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions at Kopi Nako Depok Branch.

This research was quantitative study used variables, price, product quality and purchasing decisions. To collect the data, the questionnaires were distributed to 100 respondents.. And the data analysis technique used were multiple linear regression test, coefficient of determination and hypothesis testing.

The results of the regression showed that  $Y = 12.565 + 0,635X_1 + 0.471X_2$ . T test results showed that price partially had a significant effect on purchasing decisions with  $t_{value} = 5.667 > t_{table} 1.660$  and had  $t$  significant value of  $0.000 < 0.05$ . Product quality had a significant effect on purchasing decisions with  $t_{value} = 3.754 > t_{table} 1.660$  and had  $t$  significant value of  $0.000 < 0.05$ . F test results showed that the price and product quality simultaneously had a significant effect on purchasing decisions with  $F_{value} 77.178$  and  $F_{table}$  of 3.09, meaning that  $F_{value} > F_{table}$  and had significance of 0.000 much smaller than 0.05.

Based on the results of the study, it can be concluded that the price and product quality influence purchasing decisions at Kopi Nako Cabang Depok. It's Suggested to Kopi Nako Cabang Depok to always give more attention to pricing and product quality in order to make purchasing decisions.

**Keywords:** price; product quality; purchasing decision

## 1. Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Di era modern saat ini, masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Mereka umumnya

lebih sering menghabiskan waktu diluar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, bertemu klien,

atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka. *Coffee Shop* atau Kedai Kopi merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih. *Coffee Shop* dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Tidak heran bila para pengunjung café bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada disana. Selain terlibat perbincangan santai, sebagian pengunjung juga menggunakan café sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan

Indonesia sebagai salah satu penghasil biji kopi terbesar di dunia membuat penambahan kedai kopi di seluruh Indonesia berkembang pesat. Pertumbuhan usaha kedai kopi (*Coffee Shop*) di Indonesia hingga akhir 2019 diprediksi mencapai 15%—20%, naik jika dibandingkan dengan 2018 yang hanya mencapai 8%—10%. Menurut *Chairman Specialty Coffee Association of Indonesia (SCAI)*, Syafrudin mengatakan, saat ini kontribusi kedai kopi terhadap serapan kopi produksi dalam negeri mencapai 25%—30%. Angka tersebut diprediksi terus naik ke level 35%—40% pada akhir tahun ini.

Harga dan Kualitas Produk yang sangat kuat dan tepat yang sudah dilakukan dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan judul dalam penelitian ini yaitu “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Nako Cabang Depok.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Apakah harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Nako Cabang Depok?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kopi Nako Cabang Depok.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **2.1. Kajian Empiris**

Didalam pembuatan skripsi sangat penting untuk mengetahui penelitian yang dilakukan sebelumnya agar bisa digunakan

sebagai dasar dalam pembuatan penelitian selanjutnya. Menurut Penelitian Widayanti (2016) menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana.

## **2.2. Kajian Teori**

### **2.2.1 Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:290) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Secara historis, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli. Dalam beberapa dekade terakhir, faktor nonharga semakin penting. Namun, harga masih tetap menjadi salah satu elemen terpenting yang menentukan kinerja perusahaan pangsa pasar dan profitabilitas.

### **2.2.2 Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:230) kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas produk adalah salah satu alat pemosisian utama pemasaran. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau layanan; dengan demikian, ini terkait erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

### **2.2.3 Keputusan Pembelian**

Menurut Tjiptono (2012:250) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

## **2.3. Hubungan Antar Variabel**

### **2.3.1 Hubungan Antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:20) konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap *price, product, promotion, place (marketing mix)* yang telah ditetapkan oleh perusahaan selama ini. Harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan

pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi.

### **2.3.2 Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Menurut Tjiptono (2019:53) konsumen memiliki rasa tertarik untuk membeli suatu produk yang ditawarkan perusahaan. Namun hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor penunjang terhadap produk itu sendiri yaitu kualitas produk. Kualitas produk yang dianggap baik oleh konsumen akan menciptakan suatu keputusan pembelian. Keputusan pembelian ini akan dilakukan ketika konsumen sudah memilih produk yang cocok untuk memenuhi kebutuhannya.

## **3. Metodologi**

### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

### **3.2. Populasi**

Penelitian ini menggunakan populasi Kopi Nako Cabang Depok selama 2 bulan (Desember 2020 dan Januari 2021) yang pernah membeli produk di Kopi Nako Cabang Depok.

### **3.3. Sampel**

Jumlah sampel untuk penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang.

### **3.4. Teknik Sampling**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*.

### **3.5. Definisi Operasional Variabel**

Dimensi variabel harga (X1) menurut Dhewanto (2015:156), yaitu: Keterjangkauan Harga (Terjangkau, Bervariasi), Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk (Sesuai kualitas, Sesuai yang Diinginkan), Daya Saing Harga (Lebih Murah, Potongan Harga) dan Kesesuaian Harga dengan Manfaat (Sesuai Pelayanan, Manfaat). Pada variabel Kualitas Produk (X2), menurut Astuti dan Matondang (2020:8) yaitu Keawetan (Bertahan Lama, Umur Teknis, Umur Ekonomis), Estetika (Daya Tarik, Rasa), Kualitas Yang Dipersepsikan (Citra, Merek). Selanjutnya pada variabel Keputusan Pembelian (Y), Menurut Suryani (2013:15-16) yaitu : Mengenali Kebutuhan (Kesadaran, Kebutuhan), Mencari Informasi (Iklan, Teman/Kerabat), Mengevaluasi Alternatif

(Manfaat, Kepercayaan Merek), Mengambil Keputusan (Orang Lain, Tidak Terduga), Evaluasi Pasca Pembelian (Puas, Membeli Lagi, Merekomendasikan).

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner online dan wawancara.

### **3.7 Metode Analisa**

Metode yang digunakan untuk menganalisis data terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (F dan t).

### **3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.8.1 Uji Validitas**

Menurut Ghazali (2018:51) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisoner.

#### **3.8.2 Uji Reliabilitas**

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.70 Ghazali (2018:45).

### **3.9 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.9.1 Uji Normalitas**

Menurut Ghazali (2018:161) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

#### **3.9.2 Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghazali (2018:107), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

#### **3.9.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghazali (2013:137) Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

#### **3.10 Uji t**

Menurut Ghazali (2018:98) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen

### 3.11 Uji F

Menurut Sanusi (2014: 137), uji F adalah uji seluruh koefisien regresi secara serempak. Pada penelitian ini kegunaan Uji F adalah untuk menguji apakah Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

## 4. Hasil Penelitian dan Bahasan

### 4.1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan adalah valid

### 4.2. Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur variabel adalah reliabel

### 4.3. Uji t

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa harga (X1) dan kualitas produk (X2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 4.4. Uji F

Berdasarkan hasil uji F dapat dikatakan bahwa harga (X1) dan kualitas produk (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

### 4.5. Uji Assumsi Klasik

#### 4.5.1 Uji Normalitas

Model regresi menunjukkan pola titik-titik menyebar mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi klasik.

#### 4.5.2 Uji Multikolinieritas

Model regresi tidak ditemukan adanya masalah multikolinieritas.

#### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4.6. Bahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini yang dilakukan pada 100 responden maka diperoleh hasil adjusted R square sebesar 0,606 atau 60,6% yang berarti variabel keputusan pembelian dipengaruhi harga dan kualitas produk sedangkan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil uji hipotesis, dapat diketahui dari tabel uji F bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $77,178 > 3,09$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_3$  diterima artinya bahwa

nilai F hitung positif dan signifikan. Dapat dikatakan bahwa variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

## 5. Simpulan dan Saran

### 5.1. Simpulan

Kesimpulan harga dan kualitas produk secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Kopi Nako Cabang Depok

### 5.2. Saran

Kopi Nako Cabang Depok juga diharapkan terus berinovasi dalam membuat produk produk baru agar dapat terus bersaing dengan kedai kopi lainnya. Kemudian Kopi Nako Cabang Depok diharapkan terus mempertahankan promo promo atau diskon harga untuk produknya agar dapat meningkatkan minat konsumen.

## 6. Daftar Rujukan

- Astuti dan Matondang. 2020. *Manajemen Pemasaran. UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Dieepublish.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit-undip.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta (ID): CV Andi Offset
- Widayanti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana*. Jurnal Manajemen Bisnis. ISSN: 0853-5248, Vol.16 No 1 .