



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN PADA KEDAI RAJAYA KOTA MAKASSAR

Muh. Rijal

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar

Email: muh.rijal00@gmail.com

Keywords:

Product Quality,
Price, Buying
Decision

Abstract

This research aims to analyze the influence of product quality and price on purchasing decisions at the Rajaya shop, Makassar City. This research data was obtained from the method of presenting data from the results of respondents' responses By (questionnaires), as well as other research results that are relevant to the object under study, the data collection technique used is multiple linear regression analysis.

Based on the research results, it shows that 1). Product quality has a negative effect on purchasing decisions at Kedai Rajaya, where the variable coefficient is -0.147 with a significance value of less than 0.05 ($0.00 < 0.05$). 2). Price has no influence on buying decision at Kedai Rajaya where the price variable has a significance level of $0.358 > 0.05$.

Kata Kunci

Kualitas produk,
Harga, Keputusan
Pembelian

Abstrak (Bahasa Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian di kedai Rajaya Kota Makassar. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh dari metode penyajian data dari hasil tanggapan responden (kuesioner), serta hasil penelitian lainnya yang relevan dengan objek yang diteliti, metode analisis menggunakan regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). Kualitas produk berpengaruh negative terhadap Keputusan pembelian pada Kedai Rajaya Dimana koefisien variabel sebesar -0,147 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0.00 < 0.05$). 2). Harga Tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Rajaya Dimana variabel harga mempunyai Tingkat signifikansi $0.358 > 0.05$

1. PENDAHULUAN

Pada masa globalisasi seperti saat ini, industri jasa memiliki peran yang sangat penting dalam persaingan dunia bisnis yang semakin bertambah banyak dan mengakibatkan daya persaingannya semakin ketat. Persaingan ini mengharuskan agar pemeran bisnis dapat mengoptimalkan kemampuan kerja perusahaannya, supaya bisa bersaing dan unggul ketimbang yang lainnya. Dalam hal ini, Perusahaan dituntut berstrategi dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki supaya bisa diterima oleh masyarakat. Salah satu kunci yang mesti dicermati dalam menggapai kesuksesan yaitu dilihat dari segi kualitas produk dan Harga. Sudah menjadi keharusan perusahaan meningkatkan Kualitas Produk yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan. Kualitas Produk berlaku untuk semua jenis produk yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Kepuasan nasabah sangat krusial, karena ada banyak perusahaan yang menanamkan modal sumber daya yang dipunyai dalam ikhtiar untuk mempertahankan kegembiraan nasabah serta terus berikhtiar untuk mencari info bagaimana cara menaikkan kegembiraan nasabah. Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang di korbakan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari kualitas produk. Perhitungan harga pokok produksi (HPP) merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam menentukan harga jual produk. Perhitungan HPP yang tepat dan akurat merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan, karena tanpa adanya perhitungan HPP yang tepat dan akurat, perusahaan manufaktur yang bersangkutan akan mengalami masalah dalam penentuan harga jual suatu produk untuk mengetahui perhitungan HPP. Perusahaan dalam penentuan harga jual dan mengetahui perhitungan/penentuan harga jual produk yang diterapkan. Dalam menentukan harga jual produk, perusahaan menggunakan metode cost plus pricing.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.. Jika pelayanan baik dan diperhatikan oleh produsen atau perusahaan. Keputusan Pembelian merupakan suatu keputusan final yang di miliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Tercapainya keputusan pembelian dari pelanggan bisa memberikan beberapa dampak atau manfaat, antara lain hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi erat dan dekat, menyampaikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang serta terciptanya kesetiaan dari para konsumen, serta menghasilkan penganjuran dari konsumen dari lisan ke lisan yang dapat memberikan laba lagi bagi perusahaan. Konsumen selalu menghasilkan suatu harapan nilai serta tanggapan atas dasar harapan nilai yang diperoleh, sehingga mengerti suatu tawaran yang sungguh memenuhi harapan nilainya serta sekaligus berpengaruh pada keputusan nasabah yang pada akhirnya seseorang konsumen akan melakukan pembelian ulang.

Pada era milenial saat ini, banyak yang bersemangat membangun hidup mandiri, memiliki penghasilan atau pendapatan sendiri, sehingga banyak para milenial saat ini membuka usaha-usaha kecil yang sering kali kita jumpai di pinggir jalan seperti makanan dan minuman yang juga banyak di gemari oleh para milenial. Seperti yang telah menjadi topik penelitian ini yaitu usaha milik Pemudi milenial yaitu Makanan dan minuman yang

di berikan nama Kedai rajaya. Di kedai ini memiliki menu makanan yang bervariasi seperti krepes dan corndog selain makanan di kedai ini juga tersedia minuman seperti ice kopi, cappuccino, ice milo, vanilla, taro, dan beberapa varian rasa lainnya. Produk yang tersedia di kedai ini memiliki rasa yang enak sehingga para konsumen tertarik untuk membelinya kembali. Selain rasa yang enak harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau sehingga membuat kedai rajaya mampu bersaing dengan distributor lainnya dan yang menjadi alasan konsumen tertarik dengan kedai ini di karenakan lokasinya yang mudah di jangkau oleh konsumen yang dominan dari kalangan mahasiswa karna lokasi dari kedai ini dekat dari kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sehingga yang menjadi target pasar dari kedai ini adalah kalangan milenial mahasiswa.

Berdasarkan hasil observasi yang telah di lakukan, peneliti menemukan gambaran akan permasalahan yang terjadi pada sebuah bisnis di bidang kuliner khususnya pada usaha makanan dan minuman, seperti adanya keluhan konsumen mengenai akan banyaknya usaha/bisnis makanan dan minuman dengan model yang sama dan kualitas yang hampir sama, sehingga membuat konsumen bingung dalam memutuskan pembelian karena banyaknya pesaing yang menciptakan produk sejenis. Maka dari itu Kedai Rajaya Di Kota Makassar berupaya meningkatkan kualitas produk dan minat pembeli yang menginginkan produk yang sama tetapi dengan kualitas berbeda dan harga yang terjangkau sehingga kualitas yang di miliki mampu bersaing dengan makanan dan minuman yang ada di kota makassar.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, Penelitian deskripsi kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan subjek atau objek pada saat sekarang dengan tidak menyimpang dari kondisi yang sesungguhnya atau berdasarkan fakta yang ada . penelitian ini dilaksanakan di Kedai Rajaya Jl. Talasalapang I kota Makassar pada oktober tahun 2023

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Nilai Thitung lebih kecil Ttabel ($-927 < 1.662$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0.00 < 0.05$). Maka dapat diartikan bahwa berdasarkan pengujian uji T menunjukan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Robert Gain, Christian Herdinata, dan Krismi Budi Sienatra (2017) dengan judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen vodkasoda shirt. Hasil penelitian secara persial (uji T) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Karna hasil dari penelitian yang dilakukan Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Vodkasoda Shirt dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Vodkasoda Shirt

3.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai T hitung lebih kecil dari Ttabel ($-872 < 1.662$). Maka diartikan bahwa berdasarkan pengujian uji T menunjukan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan. Harga Tidak terdapat pengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Kedai Rajaya Dimana variabel harga mempunyai Tingkat signifikansi $0.358 > 0.05$.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinta Yuliana, Ali Maskur (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati).

Karna hasil dari penelitian yang dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian di kedai rajaya kota Makassar. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan telah dilakukan pengujian dengan menggunakan model regresi lineaqar berganda, serta pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan:

Kualitas produk berpengaruh negative terhadap Keputusan pembelian pada Kedai Rajaya Dimana koefisien variabel sebesar -0,147 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0.00 < 0.05$).

Harga Tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Rajaya Dimana variabel harga mempunyai Tingkat signifikansi $0.358 > 0.05$.

REFERENSI

Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Arianto, N., Patilaya, E. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk salt n pepper pada pt. mitra busana Sentosa bintaro. Jurnal kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan, Vol. 6, No. 2

Arman, Elizamiharti, & Saf'an, M. (2019). Analisa dan Perancangan Aplikasi Penjualan Tanaman Hias Berbasis Online Sebagai Media Promosi Bagi

Gerson, F. Richard, 2017. Mengukur Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Penerbit PPM.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

Kasmir. (2017). Customer Service Excellent Teori dan Praktik. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. (2010). Manajemen Pemasaran Edisi 13. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1& 2.Jakarta: PT. Indeks.

Malhotra, N.K., 2009, Riset Pemasaran, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta

- Moh. Pabundu Tika, 2015, Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Kerja. Perusahaan, Jakarta : Bumi Aksara
- Mukarom, Zaenal dan Muhibudin Wijaya Laksana. Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.
- Mulyapradana, Aria., & Lazulfa Indah, Atik. 2018. Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten
- Putri, Aafiyah. 2015. Analisis Pengaruh Perubahan Profitabilitas Terhadap Perubahan Saham Pada Perubahan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013. Skripsi. Universitas Hasanuddin: Makassar.
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian melalui shopee. Solusi, 21(3), 672-682.
- Salman KS Flowers. Jurnal Teknologi Informasi & Komunikasi Digital Zone, Volume 10 Nomor 1 Mei, 64-76.
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- Sugiyono.(2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.Cv:Bandung
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Tegal. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol). Vol.1 Nomor Februari 2018, p-ISSN:2599-1779. e-ISSN:2599-1787.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, 2016, Service, Quality & Customer Satisfaction Edisi 5. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, & Strategi. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Trisnawati, O. M., Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (EServqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Vol.4(No.2), February 2017.