ARTIKEL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HARMONI *FOOD AND COFFEE* NGANJUK

Oleh:

SATRIA MARDIKA

14.1.02.02.0201

Dibimbing oleh :

1. **Dr. SRI ALIAMI, M.M.**
2. **SIGIT RATNANTO, S.T, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Satria Mardika
NPM	: 14.1.02.02.0201
Telepun/HP	: 085895057407
Alamat Surel (Email)	: satriamardika12@gmail.com
Judul Artikel	: PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HARMONI *FOOD AND COFFEE* NGANJUK
Fakultas – Program Studi	: FE-Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jalan K.H. Achmad Dahlan No. 76 Mojoroto, Kediri, Jawa Timur

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulid merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 15 Agustus 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Sri Aliami, M.M. **NIDN. 0716086403**	**Sigit Ratnanto, S.T, M.M.** **NIDN. 0706067004**	**Satria Mardika** **14.1.02.02.0201**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HARMONI *FOOD AND COFFEE* NGANJUK

SATRIA MARDIKA
14.1.02.02.0201
Ekonomi – Manajemen
satriamardika12@gmail.com

Dr. SRI ALIAMI, M.M. dan SIGIT RATNANTO, S.T, M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Abstrak

Semakin banyaknya bisnis makanan yang berkembang, khususnya *Coffeee shop* tidak semuanya mampu bertahan lama. Akibatnya terjadi persaingan usaha antar *Coffeee shop* yang ketat, karena masyarakat sebagai konsumen mempunyai pilihan yang beragam untuk memenuhi kebutuhan akan penyediaan dan pelayanan *Coffeee shop*.Adapun tujuan penelitian sebagai berikut untuk menganalisis :
1. pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Coffe*e Nganjuk. 2. pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Coffe*e Nganjuk. 3. pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelan pada Harmoni *Food and Coffee* Nganjuk. 4. pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Coffee* Nganjuk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian hubungan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Harmoni *Food And Coffee* Nganjuk, dengan sampel sebanyak 40 konsumen Harmoni *Food And Coffee* Nganjuk. Penelitian menggunakan instrumen berupa kuesioner dan diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan *Software SPSS versi 23.*

Hasil dari penelitian ini, yaitu : (1) Kualitas produk berpengaruh terhadap kualitas pembelian apabila terjadi kenaikan kualitas produk sebesar 1 satuan maka akan menaikkan keputusan pembelian dengan asumsi harga dan kualitas pelayanan tetap. (2) Harga berpengaruh terhadap kualitas pembelian apabila terjadi kenaikan harga sebesar 1 satuan maka akan menaikkan keputusan pembelian dengan asumsi kualitas produk dan kualitas pelayanan tetap. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kualitas pembelian apabila terjadi kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka akan menaikkan keputusan pembelian dengan asumsi harga dan kualitas produk tetap. (4) Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kualitas pembelian pada Harmoni *Food and Coffee*.

Saran bagi pemilik cafe Harmoni *food and Coffee* Diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan harga, dan kualitas pelayanan agar konsumen tertarik bahkan lebih meningkatkan pembeliannya pada Harrmoni *Food and Coffee* terutama dalam hal kualitas pelayanan yang pengaruhnya paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan, dan Keputusan Pembelian

I. LATAR BELAKANG

Semakin banyaknya bisnis makanan yang berkembang, khususnya kafe / *coffee shop* tidak semuanya mampu bertahan lama. Akibatnya terjadi persaingan usaha antar Kafe / *coffee shop* yang ketat, karena masyarakat sebagai konsumen mempunyai pilihan yang beragam untuk memenuhi kebutuhan akan penyediaan dan pelayanan Kafe / *coffee shop*. Oleh karena itu, pemilik usaha dituntut untuk melakukan pemasaran yang tepat guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

"Keputusan pembelian adalah perilaku yang timbul karena adanya rangsangan atau hubungan dari pihak lain" (Kotler, 2011 : 161). Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain, kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan.

Pemahaman perilaku konsumen tentang kualitas produk dapat dijadikan dasar terhadap proses keputusan pembelian konsumen (Sutisna, 2012 : 26). Harga merupakan awal dari seseorang berminat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh pengusaha sehingga terjadilah keputusan pembelian oleh konsumen (Kasmir, 2011 : 175). Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang diterima / rasakan (Kotler dan Keller, 2012 : 153).

Harga produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Harmoni *Food and Coffee* masih tergolong mahal dan masih lamanya pelayanan dalam hal penyajian pesanan kepada konsumen sedangkan produk makanan dan minuman yang ditawarkan relatif bervariasi. Namun, di luar ketiga hal tersebut pelanggan atau konsumen Harmoni *Food and Cofe* tetap banyak bahkan setia menunggu untuk dilayani. Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan perlu dipertimbangkan untuk diteliti pengaruhnya terhadap keputusan konsumen Harmoni *Food and Coffee* dalam melakukan pembelian.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Harmoni *Food And Coffee* Nganjuk**".

II. METODE

Keputusan Pembelian

Dalam penelitian ini yang dimaksud keputusan pembelian adalah suatu akhir dari suatu pandangan atau pemikiran akan kebutuhan untuk membeli makanan.

Adapun indikator keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2012 : 161), adalah :

1. Keinginan untuk membeli produk.
2. Prioritas pembelian pada produk tersebut.
3. Rekomendasi dari orang-orang terdekat.

Kualitas Produk

Dalam penelitian ini yang dimaksud kualitas produk adalah kualitas atau mutu dari makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Harmoni *Food and Coffee* baik dari segi penampilan, aroma, rasa, selera, tekstur dan lainnya.

Indikator kualitas produk makanan dalam penelitian ini (Setiawan dan Japarianto, 2012 : 1), adalah :

1. Penampilan.
2. Porsi.
3. Rasa.

Harga

Dalam penelitian ini yang dimaksud harga adalah uang yang diserahkan kepada kasir Harmoni *Food dan Coffee* sebagai pembayaran atas makanan dan minuman yang telah dipesan atau dibeli.

Indikator harga dalam penelitian ini, yaitu: (Stanton dalam Lembang, 2010 : 24)

1. Harga makanan dan minuman terjangkau dan sesuai dengan kemampuan konsumen.
2. Harga makanan dan minuman sesuai dengan kualitas poduk, dan pelayanan yang diberikan.
3. Harga makanan dan minuman lebih murah dan cukup bersaing dengan *caffe* lainnya.

Kualitas Pelayanan

Dalam penelitian ini yang dimaksud kualitas pelayanan adalah bentuk pelayanan yang diberikan oleh Harmoni *Food and Coffee* seperti pelayanan yang cepat, pengetahuan dan keterampilan karyawannya dan lainnya.

Adapun indikator dari kualitas pelayanan dalam penelitian ini yaitu : (Parasuraman dalam Lupiyoadi, 2013:170)

1. Berwujud (*tangibles*)
2. Jaminan dan kepastian (*assurance*)
3. Daya tanggap (responsiveness).

Teknik dan Pendekatan Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis (Sugiyono, 2015:14).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data penelitian angka-angka dan dianalisis

menggunakan statistik" (Sugiyono, 2015 : 23).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di "Harmoni *Food & Coffee*" yang beralamat di Jalan Gatot Subroto, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan mulai bulan April dengan bulan Juni 2018

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen "Harmoni *Food & Coffee*". "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi" (Sugiyono, 2015 : 120). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan dengan metode *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti ini dianggap cocok menjadi sumber data, dan akan menjadi sampel penelitian ini. Dalam penelitian ini jumlah variabel penelitiannya ada 4 (3 variabel independen + 1 variabel dependen), maka jumlah anggota sampel = 10 x 4 = 40. Jadi sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 40 orang konsumen "Harmoni *Food & Coffee*".

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 1

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2,612	4,876
	Kualitas_Produk	,034	,260
	Harga	,320	,133
	Kualitas_Pelayanan	,495	,228

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2018

Dari hasil output regresi tersebut di atas didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 2{,}612+0{,}034X1+0{,}320\ X2+0{,}495X3$$

Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 2

Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,647[a]	0,419	0,371

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2018

Pada tabel di atas, diperoleh nilai *adjusted* R^2 sebesar 0,371. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi variabel keputusan pembelian sebesar 0,371 atau 37,1% dan sisanya sebesar

62,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel dalam penelitian ini.

Pengujian secara parsial dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh salah satu variabel independen dengan variabel dependen dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Tabel 3

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		t	Sig.
1	(Constant)	,536	,596
	Kualitas_Produk	,130	,897
	Harga	2,405	,021
	Kualitas_Pelayanan	2,172	,037

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sebagai berikut :

1. Pengujian Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dari tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk sebesar 0,897. karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka ho diterima. sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengujian Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Dari tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel harga sebesar 0,021. karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka ho ditolak. sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Dari tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,037. karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka ho ditolak. sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis secara simultan, yang dapat dilihat dari tabel ANOVA hasil pengolahan *SPSS for Windows ver. 20*.

Tabel 4

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		F	Sig.
1	Regression	8,659	,000[b]
	Residual		
	Total		

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2018

Dari tabel di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 8,659 dan nilai signifikansi uji F sebesar 0,000, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak dan kesimpulannya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas

produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

PEMBAHASAN

1. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Harmoni *Food and Coffee***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Coffee*. Tidak berpengaruhnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian disebabkan oleh konsumen yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan, melainkan memperhatikan harga dan kualitas pelayanannya. Makanan dan minuman yang ditawarkan memiliki tingkat penyajian yang menarik dan terjaga kebersihannya, akan tetapi hal tersebut tidak dipertimbangkan oleh konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

2. **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Harmoni *Food and Coffee***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kodu (2013) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Mariana (2015) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Coffee*. Yang artinya semakin tinggi persepsi harga maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Harga yang terjangkau dan kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan yang diberikan menjadi suatu pertimbangan seorang konsumen untuk melakukan pembelian pada Harmoni *Food and Coffee*.

3. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Harmoni *Food and Coffee***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian

ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kodu (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Amrullah, dkk (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Coffee*. Yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Makanan yang halal serta karyawan yang menyajikan menu dengan cepat kepada konsumen merupakan faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Coffee*.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Harmoni *Food and Coffee*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Coffee*. Di antara variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan, karena nilai koefisien regresinya paling besar dari pada harga dan kualitas produk.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Cooffe*.
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Cooffe*.
3. kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Cooffe*.
4. kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Harmoni *Food and Coffee*.

IV. Daftar Pustaka

Amrullah, dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 13(2) : 99-118

Kasmir. 2011. *Kewirausahaan.* Edisi Revisi. Jakarta : Rajawali Pers

Kodu, S. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian

Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA* 1(3) : 1251-1259

Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat

Kotler, P dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan: Ratih Hurriyati. Indonesia: PT. Indeks

Lembang, R.D. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaua terhadap Keputusan Pembelian Teh siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. *Skripsi*. (Online). Tersedia : http://eprints.undip.ac.id/20263/2/rosvita_dua_lembang.pdf. Diakses tanggal 5 November 2017

Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat

Mariana. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Industri UKM Amplang UD Sinar Rejeki Di Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 3(2) : 388-402

Nugroho, N.T. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Kemasan (Studi Kasus Desa Tohudan, Colomadu Karanganyar)*. (Online). Tersedia : http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/download/27/26. Diakses tanggal 5 November 2017

Setiawan, M.S dan Japarianto, E. 2012. Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecik Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1) : 1-6

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Remaja Rosdakarya