

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KAFE TJAKAP MALANG

Priyanka Shafira Moza<sup>1</sup>  
Tundung Subali Patma<sup>2</sup>

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

<sup>1</sup>priyankashafiramoza@gmail.com

<sup>2</sup>tundung.subali@polinema.ac.id

### Abstrak

Riset ini bermaksud agar mengetahui pengaruh mutu product serta nilai dengan ketentuan pembelian secara sebagian maupun bersamaan pada Tjakap Cafe Malang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada 100 jiwa memakai teknik simple random sampling. Analisisnya fakta riset memakai analisis naratif, Dari dampak riset dapat disimpulkan bahwasanya variable kualitas produk serta harga secara sebagian maupun simultan memiliki pengaruh positif serta pasti dengan ketentuan pembelian di Tjakap Cafe Malang. Kami berharap Cafe Tjakap Malang dapat mempertahankan mutu product yang dipegang saat ini serta seimbang dengan harga yang bersaing. Insentif yang berbeda harus ditambahkan untuk membuat Kafe Tjakap Malang lebih menarik bagi konsumen, terutama kaum muda.

Kata kunci: mutu produk, nilai, ketentuan pembelian, Kafe Tjakap Malang

### Abstract

*The purpose of this study was to determine the effect of store product quality and price, either partially or simultaneously, on purchasing decisions at Tjakap Cafe Malang. The Data collection was done by observation, documentation, and distributing questionnaires to 100 respondents using simple random sampling technique. . The data analysis of this research used descriptive analysis, validity test, reliability test, classical assumption test, and hypothesis test. Based on the research results, it can be concluded that Product Quality and Price variables partially or simultaneously have a positive and significant on the purchasing decisions at Tjakap Kafe Malang. It is hoped that the Cafe Tjakap Malang can maintain the quality of the products they currently have, because they are in accordance with competitive prices. Tjakap Malang cafe is also advised to add variety to the menu to make it more attractive to customers, especially for young people.*

*Keywords: product quality, price, purchasing decions, Tjakap Café Malang*

## 1. Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Kompetisi usaha yakni fenomena yang sangat mencolok untuk riset, potensi pariwisata suatu daerah atau kota merupakan faktor penting dalam perekonomian kawasan atau kota itu sendiri, sehingga setiap perusahaan dan masyarakat yang menyediakan barang atau jasa bersaing untuk meraih keuntungan dari usaha yang dijalankan.

Sektor Penyedia Akomodasi Makan dan Minum berperan memberikan kontribusi paling besar nomor dua setelah sektor Transportasi dan

Pergudangan terhadap perekonomian kota Malang. Secara umum Kafe adalah tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi. Kafe biasanya memberikan hiburan untuk menarik perhatian konsumen nyaman dalam menikmati makanan maupun minuman yang dipesan.

Kafe yang sedang populer di bagian mahasiswa Kota Malang belakangan ini yakni Kafe Tjakap, yang merupakan salah satu jenis tempat yang sesuai dengan kalangan mahasiswa. Kafe Tjakap ini merupakan salah satu usaha

yang bergerak di bidang usaha kuliner, berdiri sejak bulan Februari 2020, di Jalan Candi Trowulan No. 44B Kota Malang, Mojolangu, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Kafe Tjakap merupakan kafe yang menyediakan berbagai macam minuman coffee maupun non coffee. Selain itu, Kafe Tjakap juga menyediakan macam-macam *snack* lainnya. Kafe Tjakap ini sudah mempunyai pelanggan di semua kalangan khususnya kalangan muda.

Kafe Tjakap sebagai bisnis di bidang kuliner ini tentunya sangat berhubungan erat dengan orang lain terutama dengan konsumen. Hal ini membuat Kafe Tjakap harus bisa menciptakan pengguna mau dan menentukan pengambilan ketentuan pembelian di Kafe Tjakap. Keputusan pembelian merupakan proses pemecahan masalah yang meliputi pencarian informasi, pencarian informasi, evaluasi alternatif sumber pembelian, analisis atau identifikasi kebutuhan pembelian, dan perilaku pasca pembelian pembelian (Fatmawati & Soliha, 2017).

Kafe Tjakap bisa menentukan bagian apa yang bisa memberi pengaruh ketentuan pembelian konsumen? yang harus diamati yakni mutu produk. Mutu produk yakni arti mutu yang berorientasi pada konsumen, sehingga seorang penjual dapat dianggap memberikan mutu jika produk atau jasa penjual memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Selain mutu produk, tentunya ada bagian lain yang memiliki pengaruh ketentuan pembelian konsumen yaitu harga. Produk atau jasa dengan kualitas yang sama tetapi dengan nilai yang kebawah akan memberlakukan makna lebih bagi penggunanya.

Sesuai pernyataan pada rangkaian serta penjabaran tersebut sehingga penulis menarik minat untuk mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian” Pada Konsumen Tjakap Cafe Malang”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Apakah mutu produk serta nilai memiliki pengaruh secara bagian maupun bersamaan terhadap ketentuan pembelian di Kafe Tjakap Malang?

## **1.3. Tujuan Riset**

Agar dapat mengenal serta menganalisis dampak mutu produk serta nilai secara bagian maupun bersamaan dengan ketentuan pembelian di Kafe Tjakap Malang.

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1. Kajian Empiris**

Dampak riset terdahulu yang dijadikan dasar serta acuan di kajian mutu produk serta nilai dengan ketentuan pembelian yakni sebagai berikut: Pada restoran Singapura di kota Makassar, pertama pengaruh lokasi serta nilai dengan ketentuan pembelian menyimpulkan bahwa nilai memiliki pengaruh. Memiliki pengaruh yang positif serta pasti dengan ketentuan pembelian pembelian (Hardiansyah, 2019). Dampak riset kedua disimpulkan bahwasanya mutu produk serta nilai memiliki pengaruh yang positif serta pasti dengan ketentuan pembelian di Restoran A&W Supermall Karawaci (Suhendri, 2019).

Riset lain khususnya riset ketiga menemukan bahwasanya mutu produk, figur merk serta pendapat nilai memiliki pengaruh positif serta signifikan dengan ketentuan pembelian di Kopi Lain Hati Lamper di Kota Semarang (Anggraeni & Soliha, 2020). Selain itu riset keempat menyimpulkan bahwa mutu produk serta mutu jasa khususnya memiliki pengaruh positif serta pasti dengan ketentuan pembelian di Veranda Pasta House & Café Gresik (Hariyanto & Farida, 2020). Riset kelima menemukan bahwa harga serta tempat memiliki pengaruh positif serta pasti dengan ketentuan pembelian khususnya pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Kota Padang (Yusra dan Nanda, 2019).

Kemudian riset terbaru khususnya yang keenam menyimpulkan bahwa nilai serta mutu produk memiliki pengaruh yang positif serta pasti dengan ketentuan konsumen untuk membeli produk Rise Sheet ( Sari & Prihartono, 2021).

### **2.2. Kajian Teori**

#### **2.2.1. Kualitas Produk**

Konsumen seringkali melihat mutu produk yang ditawarkan produk tersebut sebelum mengambil keputusan pembelian. Kotler dan Armstrong (2014:313), “mutu produk yakni maksud agar memadati harapan konsumen, dimana mempunyai mutu yang terpenuhi standar mutunya yang ditetapkan serta mutu produk adalah kondisi yang terus berubah”.

#### **2.2.2. Harga**

Kotler serta Armstrong, nilai yakni jumlah suatu produk atau sejumlah value yang diputarakan pembeli agar mendapati atau memperoleh faedah dari barang atau jasa.

### 2.2.3. Keputusan Pembelian

Ketentuan pembelian biasanya dimulai dari keinginan pengguna agar menyalin dengan banyak faktor yang mempengaruhi seperti informasi, garis keturunan keluarga, harga yang diinginkan, manfaat atau keuntungan yang diperoleh dari produk atau jasa tersebut. Ketentuan pembelian yakni bagian dari alur pemungutan ketentuan yang mana pelanggan secara pasti akan memesan barang maupun jasa (Kotler dan Armstrong, 2014).

### 2.3. Hubungan Antar Variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

#### 2.3.1. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Mutu produk sangat dekat pertaliannya dengan ketentuan pembelian karena mutu produk merupakan alat yang memikirkan oleh pengguna saat merentas untuk membeli. (Ayuningtyas & Santoso, 2013). Kualitas yang baik akan menimbulkan kepuasan konsumen yang pada gilirannya akan membuat konsumen loyal terhadap produk tersebut.

#### 2.3.2. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian

Relasi nilai dengan ketentuan pembelian menunjukkan bahwa nilai memiliki pengaruh ketentuan pembelian pengguna, semakin melonjak nilai semakin kebawah ketentuan pembelian, semakin terjangkau nilai maka semakin kebawah ketentuan pembelian semakin tinggi. Harga sering digunakan sebagai alat untuk menyatakan biaya perusahaan dalam memproduksi barang dan jasa. Dampak ini didukung oleh jurnal riset yang melepaskan hasil bahwa nilai mempunyai pengaruh yang hampir pasti dengan ketentuan pembelian produk restoran di Singapura (Hardiansyah, 2019).

#### 2.3.3. Hubungan Kualitas Produk dan Harga dengan Keputusan Pembelian

Bisnis harus memperhatikan mutu serta nilai produk karena keduanya dapat dikaitkan dengan keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk menggambarkan bagaimana produk menawarkan sesuatu yang dapat memuaskan konsumen. mutu produk yakni kesanggupan suatu produk untuk melepaskan dampak yang diharapkan melampaui apa yang dibutuhkan pengguna karena mutu produk, serta ketentuan pembelian konsumen (Fatmawati & Soliha). , 2017). Harga merupakan salah satu penggalan perdana di alur jual beli karena nilai yakni point pertukaran antara pembeli serta

produsen. Nilai yakni satu-satunya elemen campuran marketing yang bawaannya fleksibel serta mampu berubah sewaktu-waktu dari waktu ke waktu dan tempat. Pemakaian mutu produk serta nilai mempunyai andil yang esensial dalam mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Skema mutu produk yang tepat bisa memberi pengaruh keputusan pembelian konsumen, nilai yang benar akan mencolok pengguna agar memakai produk dan jasa, karena itu akan membentuk salah satu aspek yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli, menggunakan suatu barang atau jasa.

## 3. Metodologi Penelitian

### 3.1. Jenis Riset

Jenis riset yakni explanatory research dan memakai model kuantitatif serta menggunakan dua variable independen yaitu mutu produk (X1) serta nilai (X2) serta variabel dependen yang disebut ketentuan pembelian (Y).

### 3.2. Populasi

Perkumpulan riset ini yakni pembeli di Tjakap Cafe Malang, setelah itu populasi dalam riset ini diketahui terlebih dahulu dari data survey.

### 3.3. Sampel

Sampel dipakai pada riset ini sejumlah 100 jiwa.

### 3.4. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang dipakai yakni *probability sampling* yaitu *simple random sampling*.

### 3.5. Definisi Operasional Variabel

Mutu produk terdapat dari 5 indikator yaitu 1) Warna yang mencolok serta membangkit selera , 2) Penampilan yang mencolok serta sesuai harapan konsumen, 3) Rasa yang sesuai dengan harganya dan sesuai dengan kualitasnya, 4) Bentuk yang mencolok serta membangkit selera, 5) Cakupan yang sesuai nilai serta rasa (Kotler & Keller, 2012).

Variabel kedua yaitu harga, terdapat 5 indikator yaitu 1) nilai yang seimbang dengan faedah serta kemampuan, 2) Penerimaan nilai serta faedah, 3) Nilai barang murah serta sesuai dengan target pasar, 4) Persaingan harga dan lebih murah dari pesaing, 5) Kesesuaian harga dengan kualitasnya dan sesuai dengan harapan.

Variabel ketiga yaitu keputusan pembelian, mempunyai 5 indicator yakni 1) Identifikasi persoalan, yaitu terdiri dari item harga dan kualitas produk kafe sesuai kebutuhan, 2) Pencarian informasi, yaitu terdiri dari item

memperoleh informasi dari teman dan social media, 3) Evaluasi alternative, yaitu terdiri dari item membandingkan dengan kafe lain dan alternative harga murah, 4) Keputusan pembelian, yaitu terdiri dari item memutuskan pembelian karena harga dan kualitas produk yang sesuai, 5) Evaluasi pasca pembelian, yaitu terdiri dari point menganggap gemar melakukan belanja ulang serta menganjurkan kepada orang lain.

### **3.6. Metode Pengumpulan Data**

Riset ini menggunakan 3 model sebagai penyatuan fakta yakni kuesioner atau angket, observasi, serta dokumentasi.

### **3.7. Metode Analisa Data**

Tehnik analisa fakta yang dipakai riset ini antara lain, analisa deskriptif, analisa kemunduran berganda, serta uji hipotesis.

#### **3.7.1. Uji Validitas**

Uji kebenaran dipakai agar memperkirakan benar atau salah suatu kuesioner.

#### **3.7.2. Uji Reliabilitas**

Uji Keterjaminan merupakan point agar dipakai guna melakukan pengukuran kuesioner yakni indikator dan variable.

#### **3.7.3. Uji Asumsi Klasik**

Uji hipotesis klasik pada riset ini meliputi uji normalitas, uji varians serta uji multikolinearitas. Uji standardisasi bertujuan agar menguji model regresi (Ghozali I., 2018). Uji multikolinearitas dipakai agar memeriksa apakah terdeteksi hubungan antara variable independen dalam model kemunduran (Ghozali I., 2018).

#### **Uji Parsial**

Uji parsial diterapkan guna mengetahui dampak signifikan variable independen terhadap variable dependen, guna menerima serta menolak hipotesis secara parsial.

#### **3.7.4. Uji Simultan**

Uji bersamaan guna mengetahui dampak signifikan variable independen terhadap variable dependen secara bersamaan.

## **4. Hasil Penelitian dan Bahasan**

### **4.1. Uji Validitas**

Sesuai dampak uji kebenaran pada riset ini meenrangkan bahwasanya semua item valid.

### **4.2. Uji Reliabilitas**

Pada semua item dalam riset variable mutu produk, nilai, serta ketentuan pembelian dinyatakan reliabel.

## **4.3. Uji Asumsi Klasik**

### **4.3.1. Uji Normalitas**

Pada riset ini urutan fakta tersebar pada garisnya juga menempuh alur diagonal. Maka membagikan bentuk peredaran yang norlmal.

### **4.3.2. Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian menunjukkan bahwasanya titik-titik data tidak tersusun dalam sampel tertentu kaena tersebar secara acak sepanjang sumbu Y serta terletak jauh diatas dan jauh di bawah nol.

### **4.3.3. Uji Multikolinearitas**

Pada macam kemunduran yakni riset ini tidak menjalani kendala multikolinearitas di X1, X2.

## **4.4. Uji Parsial**

Sesuai dampak uji t bisa diambil kesimpulan bahwasanya mutu produk serta nilai membawa dampak positif serta signifikan dengan ketentuan pembelian.

## **4.5. Uji Simultan**

Sesuai pernyataan hasil uji F, bisa dikatakan variable pertama dan variable ledua membawa dampak positif serta signifikan terhadap ketentuan pembelian.

## **4.6. Bahasan**

Berdasarkan dampak uji hipotesis bagian atau parsial disimpulkan bahwasanya mutu produk (X1) secara bagian memiliki pengaruh yang positif serta pasti dengan ketentuan pembelian (Y) oleh Tjakap Cafe Malang. Hasil ini dipengaruhi oleh tersedianya porsi makanan atau minuman dengan harga bersaing di Tjakap Cafe dan kelezatan warna makanan atau minuman di Tjakap Cafe.

Hasil riset pengujian hipotesis menunjukkan bahwasanya variable nilai (X2) memiliki pengaruh positif dan pasti secara bagian dengan ketentuan keputusan pembelian (Y) oleh Tjakap Cafe Malang. Hasil tersebut dipengaruhi oleh harga makanan atau minuman di Tjakap Café berdasarkan target pasar.

Hasil riset menunjukkan bahwasanya variable mutu produk (X1) serta nilai (X2) juga memiliki pengaruh positif dan pasti secara statistik dengan ketentuan pembelian (Y) di Tjakap Cafe Malang. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa Kafe Tjakap Malang tidak hanya mengandalkan kualitas produk untuk menjangkau konsumen tetapi juga menentukan harga yang sesuai dengan kualitas sehingga memudahkan kedai kopi untuk menjangkau konsumen dengan harga yang wajar, loyalitas yang tinggi.

## 5. Simpulan dan Saran

### 5.1. Simpulan

Dampak pengetesan menunjukkan bahwasanya mutu produk serta nilai memiliki pengaruh positif serta signifikan secara parsial dengan ketentuan pembelian. Selain itu, menurut data yang didapat dari uji coba secara bersamaan, hasil secara simultan (bersama-sama) variable mutu produk serta nilai berpengaruh positif serta signifikan terhadap ketentuan pembelian.

### 5.2. Saran

Saran ari riset ini untuk pihak Kafe Tjakap Malang yang pertama yaitu bisa mempertahankan harga yang kompetitif pada saat ini, karena harga yang dimiliki saat ini selain pas untuk kantong semua kalangan, harga yang dimiliki oleh Kafe Tjakap ini sesuai dengan pangsa pasar hingga Kafe Tjakap Malang ini cocok bersaing dengan kafe-kafe yang berada di Malang.

Kedua pihak Kafe Tjakap Malang diharapkan bisa terus menjaga serta menaikkan mutu produk agar memperoleh loyalitas konsumen yang tinggi. Hal tersebut dilakukan agar bisa memiliki pengaruh ketentuan pembelian oleh konsumen, sehingga memberikan keuntungan untuk Kafe Tjakap Malang.

Ketiga pihak Kafe Tjakap Malang disarankan untuk menambah variasi menu agar lebih menarik para konsumen, menu kafe juga harus yang kekinian agar disukai kaum muda-mudi.

## 6. Daftar Rujukan

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 96-107.
- Ayuningtyas, V., & Santoso, S. B. (2013). Analisis Pengaruh Kompetensi Tenaga Penjual, Daya Tarik Promosi dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Jiwa. *Jurnal Universitas Diponegoro Semarang*.
- Fatmawati, & Soliha. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*.
- Ghozali, & Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Hariyanto, S., & Farida, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Veranda Pasta House & Cafe Gresik . *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.
- Yusra, I., & Nanda, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*.