



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel Intervening

Yuanita Rizky Mamluati

Program Studi Manajemen, Fakultas ekonomi Bisnis, Universitas PGRI Semarang, Indonesia
yuanitarisky34@icloud.com

Sutrisno

Program Studi Manajemen, Fakultas ekonomi Bisnis, Universitas PGRI Semarang, Indonesia
sutrisno@upgris.ac.id

Bayu Kurniawan

Program Studi Manajemen, Fakultas ekonomi Bisnis, Universitas PGRI Semarang, Indonesia
bayukurniawan@upgris.ac.id

Abstract

This research aims to measure the influence of product quality and price on purchasing decisions with purchase intention as an intervening variable. This research was prepared based on the influence of product quality and price on purchasing decisions and purchasing interest. This type of research is quantitative research, which uses a research instrument in the form of a questionnaire which has been prepared in several statements and measured using a 1-5 Likert scale. The population used in this research is port coffee consumers. The sample in this study amounted to 160 respondents. The sample was taken using a simple random sampling method, meaning that the respondents who became the research sample were respondents who were met by the researcher when conducting research without paying attention to certain characteristics. Research data was analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) which was run via AMOS 24. Hypothesis test results showed that product quality had an influence on purchasing decisions, price variables had an influence on purchasing decisions, product quality variables had an influence on buying interest, and price variables had an influence on interest. purchase, purchasing decisions influence purchasing interest and product quality and purchasing decisions influence purchasing interest and price influences purchasing decisions and purchasing interest.

Keywords: *Product Quality, Price, Purchase Decision, Purchase Intention.*

Abstrak.

Riset ini bertujuan buat mengukur pengaruh kualitas produk, harga, terhadap keputusan pembelian dengan minat beli selaku variabel intervening. Peneliti ini disusun bersumber pada terbentuknya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dan minat beli. Riset ini berjenis riset kuantitatif, ialah memakai instrumen riset berbentuk kuesioner yang sudah disusun dalam sebagian statment serta diukur memakai skala likert 1-5. Populasi yang digunakan pada riset ini merupakan konsumen porta kopi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 160 responden. Sampel diambil dengan menggunakan metode simple random sampling, artinya responden yang menjadi sampel penelitian yaitu responden yang dijumpai oleh peneliti ketika melakukan penelitian tanpa memperhatikan karakteristik tertentu. Data penelitian dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) yang dijalankan lewat AMOS 24. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, pada variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli, serta variabel harga berpengaruh terhadap minat beli, keputusan pembelian berpengaruh terhadap minat beli serta kualitas produk dan keputusan pembelian berpengaruh terhadap minat beli serta harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan minat beli.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Minat Beli

PENDAHULUAN

Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam

memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Ch Sarayar et al., 2021).

Persaingan yang ketat didalam dunia bisnis terjadi pada berbagai bidang, termasuk bisnis kuliner. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi sehingga bisnis kuliner menjadi trend dikalangan masyarakat Indonesia. Menangkap peluang ini dan pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis *food services* melirik usaha *coffee shop*. Dimana kehadiran *coffee shop* ini dinilai yang paling sesuai dengan trend dan gaya hidup kaum urban saat ini. Suasana café yang nyaman, pilihan menu yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta fasilitas yang menarik tentu merupakan alasan bag masyarakat untuk memilih cafe sebagai tempat untuk refreshing, hang out, dan berkumpul dengan teman atau kerabat. Sunardi et al., (2022) menyatakan bahwa beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk dan harga. Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar, kualitas produk merupakan karakteristik yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dimplikasikan. Mengingat bahwa persaingan pada bidang kuliner yang semakin berkembang, maka restoran tersebut harus pandai menentukan dan memilih produk yang dihasilkan dengan menyesuaikan pada selera konsumen agar lebih diminati oleh konsumen. Saputra et al 2021) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan elemen lain yang menghasilkan biaya.

Sonia Aprilia, (2022) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

Minat beli adalah perasaan tertarik terhadap keinginan mengetahui produk dan mempertimbangkan untuk mencari informasi dan mengetahui produk lebih jauh sehingga konsumen melakukan pertimbangan untuk melakukan pembelian suatu barang atau jasa untuk mendapatkannya.

Porta Kopi adalah salah satu usaha coffee shop yang dirintis sejak 2019. Porta Kopi merupakan suatu tempat yang dapat menjadi sarana bersosialisasi yang tepat bagi kaum urban data ini. Konsep Porta Kopi dibuat dengan suasana cafe yang sederhana, nyaman, dan santai. Suasana nyaman dan santai tidak hanya dari sisi disain tempat saja, tetapi juga dari kualitas pelayanan yang diberikan.

Persaingan yang ketat pada setiap bidang usaha membuat setiap perusahaan di dalam persaingan itu akan mengalami sebuah kenaikan maupun penurunan di dalam penjualannya. Begitu pula yang dialami Porta Kopi, dimana saat ini banyak sekali *coffee shop* bermunculan

di area sekitarnya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dilakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel Intervening”**

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Kualitas Produk

Gunantha et al., (2022) menyatakan bahwa kata kualitas produk secara keseluruhan dapat memiliki ciri-ciri maupun serta dari sifat sebuah kualitas produk yang dapat berpengaruh kemampuan untuk memuaskan kualitas produk kita kepada konsumen maupun pelanggan. Semakin bagus sebuah kualitas produk kita membuat varian baru agar konsumen tertarik produk kita. Vivin (2021) menyatakan bahwa kualitas produk adalah sebuah adanya elemen usaha yang dapat kita perlu perhatikan ole konsumen atau pelanggan, namun ada khususnya bagi konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk kita yang ingin kita pasarkan.

Pengertian Harga

Hafidz (2022) yang diterjemahkan oleh Bob Sabran harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Biasanya dilakukan untuk menyesuaikan harga dengan situasi persaingan yang ada dan membawa produk tersebut agar sejalan dengan persepsi pembeli.

Pengertian Keputusan Pembelian

Muniarty (2021) menyatakan bahwa keputusan pembelian dapat dikatakan sebagai proses dimana seseorang benar-benar melakukan pembelian diantara pilihan yang tersedia karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Konsumen dapat membentuk niat beli berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan.

Pengertian Minat Beli

Hidayah (2019) mengatakan bahwa minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli suatu produk tertentu serta banyaknya unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 160 konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, di mana responden diberikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab (Sugiyono, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hipotesis

			Estimate	S. E	CR	P
MB	<---	HA	,414	,270	3,918	***
MB	<---	KP	,763	,494	5,945	***
KPM	<---	HA	,573	,679	5,303	***
KPM	<---	MB	-,333	1,251	4,580	***
KPM	<---	KP	,450	1,147	6,798	***

			Estimate
MB	<---	HA	,501
MB	<---	KP	,539
KPM	<---	HA	,796
KPM	<---	MB	-,382
KPM	<---	KP	,364

Pembahasan

Berdasarkan pada tabel hipotesis diterima apabila nilai $\beta > 0,1$ dimana β merupakan nilai parameter estimate, nilai C.R $> 1,96$ serta nilai $P < 0,1$. *P-Value* di atas menunjukkan bahwa mayoritas memiliki nilai $\beta > 0,1$ dimana β merupakan nilai parameter estimate, nilai C.R $> 1,96$ serta nilai $P < 0,1$, artinya semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan hasil output di atas:

1. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *standardized koefisien parameter* pada hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian nilai C.R sebesar $6,798 > 1,96$ artinya kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kata lain hipotesis pertama (H1) diterima.
2. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *standardized koefisien*

parameter pada hubungan harga terhadap keputusan pembelian nilai C.R sebesar $5,303 > 1,96$ artinya harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan signifikan terhadap dengan kata lain hipotesis kedua (H2) diterima.

3. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *standardized koefisien parameter* pada hubungan kualitas produk dan minat beli adalah nilai C.R sebesar $5,945 > 1,96$ artinya kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli dengan kata lain hipotesis ketiga (H3) diterima.
4. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *standardized koefisien parameter* pada hubungan harga dan minat beli nilai C.R sebesar $3,918 > 1,96$ artinya harga berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli dengan kata lain hipotesis keempat (H4) diterima.
5. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *standardized koefisien parameter* pada hubungan keputusan pembelian dan minat beli adalah nilai C.R sebesar $4,580 > 1,96$ artinya keputusan pembelian berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli dengan kata lain hipotesis kelima (H5) diterima.

Pengujian Hubungan Langsung dan Tidak Langsung

Pada penelitian ini, menggunakan perhitungan uji sobel. Adapun tujuannya adalah menguji kekuatan dari pengaruh tidak langsung dari variabel ke variabel lain dengan tambahan mediasi. Uji sobel dilakukan dengan bantuan kalkulator online yang diakses melalui link [Interactive Mediation Tests \(quantpsy.org\)](https://www.quantpsy.org/mediate/). Adapun langkah penggunaannya yaitu memasukkan angka koefisien jalur dan *koefisien standard error* dari variabel Kualitas Produk (X_1) Minat Beli (Z), kemudian Minat Beli (Z) Keputusan pembelian (Y) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) kemudian Minat Beli (Z).

Kualitas Produk → Keputusan Pembelian → Minat Beli

Tabel 2 Hasil Uji Sobel

Input	Test Statistic	Std Error	p-value
6.798	4.18126069	41.27117394	0.00002899
5.303	4.15341672	47.39040852	0.00003275
5.945	4.20967226	34.07005688	0.00002557
3.918			

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji sobel pada tabel diketahui nilai t hitung sebesar 4,181. Maka hasil perhitungan tersebut bahwa kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian dan minat beli.

Harga → Keputusan Pembelian → Minat Beli

Tabel 3 Hasil Uji Sobel

Input	Test Statistic	Std Error	p-value
5.303	3.46620528	34.24995705	0.00052786
5.945	3.4314368	38.66603787	0.00060039
4.580	3.5020525	29.17287492	0.00046169
3.918			

Berdasarkan hasil hasil uji sobel pada tabel diketahui nilai t hitung sebesar 3,466. Maka hasil perhitungan tersebut bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan minat beli yang didapatkan oleh perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan metode uji *Structural Equation Model* Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Porta Kopi.
2. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Porta Kopi.
3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli pada konsumen Porta Kopi.
4. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap Minat Beli pada konsumen Porta Kopi.
5. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Minat Beli pada konsumen Porta Kopi.

6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Porta Kopi.
7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli pada usaha Porta Kopi.

Saran

Adapun saran yang diberikan berdasarkan dalam penelitian ini :

1. Berdasarkan pembahasan dan hasil diatas. Terdapat saran yang dapat penulis sampaikan sehubungan dengan pembahasan dan hasil penelitian sebagai berikut: Bagi penelitian selanjutnya masih banya faktor yang harus dipelajari yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian belum dimasukkan oleh peneliti, oleh karena itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah variabel penelitian yang lebih beragam lagi.
2. Direncanakan penelitian selanjutnya akan menggunakan sampel dari perusahaan yang lebih besar dan beragam. Oleh karena itu jika penentuan lokasi atau sampel yang berbeda maka hasil yang didapatkan juga berbeda.
3. Disarankan kepada pemilik usaha untuk lebih mengutamakan kualitas produk dan harga untuk meningkatkan minat beli.

Daftar Pustaka

- Ifatiha, R. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28794>
- Ayuk, K., Oktavenia, R., Gusti, I., Ketut, A., & Ardani, S. (2019a). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi*. 8(3), 1374–1400. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V8.I3.P8>
- Ch Sarayar, M. L., Soepeno, D., Ch Raintung, M., Manajemen, J., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2021). “Folcis Pudding” Manado The Effect Of E-Wom, Priceand Product Quality On Interest Buying" Folcis Pudding" Manado. In *Jurnal Emba* (Vol. 294).
- Gunantha, I., Maskur, A., Ekonomika Dan Bisnis, F., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms. Glow Beauty (Studi Pada Konsumen Ms. Glow Beauty Di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2579.
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap*

Minat Beli Ulang Produk Sepatu. <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/55>

- Sunardi, P. N., Sari, P. R., Cahyani, R., Program, M. S., Manajemen, S., Bhayangkara, U., Raya, J., Penulis, K., Putri, :, & Sari, R. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk Dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran)*. 3(3). <https://doi.org/10.31933/Jimt.V3i3>
- Sutrisno, S., Irwansyah, S. R., Rochmi, A., Wibowo, T. S., & Rahmawati, H. U. (2022). Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Restoran Cepat Saji Mccafe. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4121-4128.
- Sutrisno, S., Jodi, I. W. G. A. S., Putra, S. A., Bakhar, M., & Hanafiah, A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Street Boba. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 571-578.
- Sutrisno, S., Tannady, H., Wahyuningsih, E. S., Supriatna, D., & Hadayanti, D. (2022). Analisis Peran Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Automotif City Car. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4139-4145.
- Vivin Tannia, P., & Nyoman Yulianthini, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek Pcx. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., Santoso, D. B., Fakultas, A., Universitas, E., & Jember, M. (2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. In *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* (Vol. 3).
- Yulianto, A. R. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 22.