

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang)

Cindy Mega Puspita¹, Agung Budiarmo²

^{1,2}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: omfcindy@gmail.com

Abstract: *This study discusses the price and quality of products against purchases with buying interest as a variable that intervenes in Rocket Chicken Wolter Monginsidi in Semarang City. This type of research is explanatory research. Sampling uses a purposive sampling technique with incidental sampling of 100 respondents who are consumers who have made a purchase of Rocket Chicken Wolter Monginsidi products in the city of Semarang. Data collection techniques using questionnaires, interviews, and literature study. This research uses qualitative and quantitative analysis with validity, reliability, comparison coefficient, determination coefficient, regression analysis, t test with SPSS version 22.0 application and sobel analysis to look for the influence of intervening variables. Based on the results of research showing significant and significant prices on buying interest, important and significant prices on purchasing decisions, questionable product quality and significant on buying interest, related product quality and significant on buying decisions, buying interest and significant on purchasing decisions, unnecessary. Because there are significant differences between buying decisions through buying interest, a significant and significant influence on buying decisions through buying interest. Suggestions are given in order to improve purchasing decisions by improving efforts on variable prices, product quality and buying interest.*

Keywords: *Price; Product Quality; Purchase Interest, and Purchasing Decisions*

Abstraksi: Tingkat penjualan produk/ omzet penjualan dapat menunjukkan keputusan pembelian oleh konsumen. Berdasarkan data omzet penjualan Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Semarang bersifat fluktuatif dan belum mencapai target. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel *intervening* Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Pengambilan sampel menggunakan teknik pendekatan sampling *purposive* dengan sampling insidental sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, uji t dengan aplikasi SPSS versi 22.0 serta analisis Sobel untuk menguji pengaruh variabel *intervening*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli, harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli, kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, tidak terdapat pengaruh dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli, terdapat pengaruh dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Saran yang diberikan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian adalah dengan usaha perbaikan pada variabel harga, kualitas produk dan minat beli.

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

Pendahuluan

Dewasa ini persaingan bisnis telah membuat berbagai perusahaan untuk berlomba merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya. Hal tersebut menyebabkan persaingan di dunia bisnis kuliner menjadi semakin ketat yang menyebabkan semakin banyak pula pilihan bagi konsumen dalam memilih produk makanan yang dapat memenuhi kebutuhannya sehingga konsumen akan lebih selektif dalam membuat sebuah keputusan pembelian. Secara umum keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif (Schiffman & Kanuk, 2007). Definisi tersebut menjelaskan bahwa pada pengambilan keputusan pembelian, konsumen selalu mempertimbangkan faktor-faktor yang ada seperti harga dan kualitas produk yang didapatkan dan keputusan pembelian seseorang tidak muncul begitu saja, akan tetapi didasari oleh dorongan terlebih dahulu.

Rocket Chicken merupakan salah satu perusahaan rumah makan cepat saji waralaba yang merintis usahanya di Kota Semarang sejak tahun 2010. Persaingan yang makin ketat memiliki dampak tertentu pada kegiatan usahanya. Meskipun Rocket Chicken Wolter Monginsidi cukup banyak diminati oleh konsumen, namun dalam tiga tahun terakhir didapati hasil penjualan yang mengalami penurunan. Dalam kondisi seperti ini di duga terdapat faktor, salah satunya adalah dari konsumen yang dihadapkan dengan banyaknya pilihan tempat makan siap saji yang menawarkan produk makanan baru serta harga yang menarik dapat mempengaruhi minat beli dan berdampak pada keputusan pembelian konsumen Rocket Chicken.

Sesuai dengan permasalahan-permasalahan diatas maka perusahaan perlu mengetahui tentang pengaruh dari harga dan keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian melalui minat beli, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu (1) Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang? (2) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang? (3) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang? (4) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang? (5) Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang? (6) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang? (7) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang?

Tujuan penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. (2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. (4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. (5) Untuk mengetahui pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. (6) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. (7) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang.

Kerangka Teori

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2016). Indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain: (1) Keterjangkauan harga produk Rocket Chicken (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk Rocket Chicken (3) Daya saing harga produk Rocket Chicken (4)

Memiliki kesesuaian antara harga dengan manfaat produk Rocket Chicken.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (P. Kotler & Keller, K, 2012). Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk antara lain: (1) Daya tahan pada produk Rocket Chicken (2) Keandalan pada kualitas produk Rocket Chicken (3) Kesesuaian pada produk Rocket Chicken (4) Kemenarikan dalam penampilan produk Rocket Chicken (5) Rasa sedap/ enak pada produk makanan Rocket Chicken (6) Memiliki banyak varian menu produk Rocket Chicken.

Minat membeli merupakan pikiran yang timbul karena adanya perasaan tertarik dan ingin memiliki terhadap suatu barang atau jasa yang diharapkan (Schiffman, Leon, 2012). Indikator yang digunakan untuk mengukur minat beli antara lain: (1) Kecenderungan membeli produk, dimana konsumen memiliki minat dalam membeli produk Rocket Chicken (2) Menjadikan produk Rocket Chicken sebagai preferensi utama (3) Konsumen akan mencari informasi sebelum membeli Rocket Chicken.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk melalui beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk (Kotler, Philip, 2008). Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian antara lain: (1) Kemantapan pada suatu produk, dimana konsumen memiliki kemantapan untuk membeli makanan di Rocket Chicken. (2) Kebiasaan dalam membeli produk, dimana konsumen sering mengkonsumsi atau membeli makanan dan minuman di Rocket Chicken. (3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain, yaitu konsumen memiliki rencana untuk merekomendasikan kepada konsumen atau saudara bahwa Rocket Chicken memiliki cita rasa yang enak dan berkualitas. (4) Melakukan pembelian ulang, dimana konsumen memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang atau terus-menerus di Rocket Chicken.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris (Badri, 2012). Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1.** Diduga harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Kota Semarang
- H2.** Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang
- H3.** Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang
- H4.** Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang
- H5.** Diduga minat beli konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang
- H6.** Diduga harga berpengaruh terhadap Rocket Chicken dengan minat beli sebagai variabel *intervening* pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang
- H7.** Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel *intervening* pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang

Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe *explanatory research*. Dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori jenis asimetri. Jenis asimetri dimana sifat antar variabel adalah mempengaruhi dan bersifat kausalitas satu arah (Ngatno, 2015).

Pengambilan sampel menggunakan teknik pendekatan sampling *purposive* dengan sampling insidental dimana populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang, sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Menurut Cooper dan Emory (1996: 221) populasi yang tak terbatas maka salah satu pilihannya adalah mengambil jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, uji t dengan aplikasi SPSS versi 22.0 serta analisis sobel untuk menguji pengaruh variabel intervening.

Hasil

Harga dan kualitas produk merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Harga dinilai baik jika memiliki harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, harga yang berdaya saing, dan sesuai dengan manfaat produk yang diterima. Kualitas produk dinilai baik jika dimensi kualitas baik, yaitu meliputi daya tahan produk, keandalan pada kualitas produk, kesesuaian produk, kemenarikan dalam penampilan, rasa sedap/ enak, dan banyaknya varian menu produk. Minat beli dinilai baik jika konsumen memiliki minat dalam membeli produk, menjadikan produk sebagai preferensi utama, dan mencari informasi sebelum membeli. Keputusan pembelian dinilai baik jika konsumen memiliki keyakinan dalam membeli produk, frekuensi pembelian tinggi, konsumen merekomendasikan kepada orang lain, dan konsumen ingin membeli kembali produk di masa yang akan datang.

Harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan mampu menjelaskan variabel minat beli. Selain itu, pengaruh antara variabel harga terhadap minat beli tergolong sedang atau cukup kuat. Artinya, harga akan berpengaruh terhadap tingginya minat beli. Hasil penelitian tersebut didukung oleh pendapat Dinawan (2010) yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian, hal ini dikarenakan harga yang pas sesuai dengan daya beli masyarakat mempengaruhi keinginan pembelian akan suatu produk yang memang diinginkan oleh konsumen. Selain itu, dalam penelitian ini harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan menunjukkan bahwa variabel harga mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian. Pengaruh antar variabel ini tergolong korelasi sedang serta bernilai positif. Artinya semakin baik harga maka semakin baik pula keputusan pembelian. Hasil penelitian tersebut didukung oleh pendapat Tjiptono dalam Purwari (2012:204) menyatakan, harga merupakan salah satu faktor penentu pembeli menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya dari (Chanifah Widha Prihatini, 2016) yang menyatakan kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di warung ikan bakar seafood genteng besar.

Sebagian besar responden mengkategorikan variabel kualitas produk pada kategori baik. Kualitas produk mampu menjelaskan keputusan pembelian melalui minat beli. Sehingga, Rocket Chicken perlu memperhatikan mengenai kualitas produk yang dimiliki dengan mempertahankan indikator-indikator yang telah dinilai baik oleh responden dan dapat mengkaji kembali indikator-indikator yang memiliki nilai di bawah rata-rata variabel. Hal-hal yang mendukung penilaian kualitas produk berada pada kategori baik yakni konsumen setuju bahwa Rocket Chicken memiliki daya tahan produk yang baik dan kualitas produk Rocket Chicken yang dapat diandalkan dan dipercaya. Namun, terdapat beberapa indikator yang perlu ditingkatkan/ dibawah nilai rata-rata variabel mengenai kualitas produk seperti mengenai kemenarikan penyajian pada produk Rocket Chicken, mengenai aroma makanan, mengenai rasa sedap/ enak, dan mengenai varian produk Rocket Chicken. Hal ini dikarenakan menurut konsumen kualitas produk sangatlah penting dan bagian dari pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, Rocket Chicken setiap tahunnya selalu berusaha untuk mengembangkan menu produk baru yang disesuaikan dengan keinginan konsumen dan meningkatkan kualitas produk dengan

menjaga cita rasa dan ke higienisan produk yang setiap tahunnya dipantau oleh pihak MUI. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Syarif (2008) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki produk yang selalu memiliki inovasi akan membuat konsumen tidak jenuh dan memiliki alternatif dalam melakukan keputusan pembelian dan menggunakan suatu produk. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya dari Michael Prayogo dan Liliani (2016) yang menyatakan kualitas produk, harga, dan faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakso pepo.

Sebagian besar responden mengkategorikan variabel minat beli pada kategori baik. Rocket Chicken perlu memperhatikan mengenai minat beli yang dimiliki dengan mempertahankan indikator-indikator yang telah dinilai baik oleh responden dan dapat mengkaji kembali indikator-indikator yang memiliki nilai di bawah rata-rata variabel. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, variabel minat beli memiliki hubungan pada kategori sedang atau cukup kuat terhadap variabel keputusan pembelian. Hal-hal yang mendukung penilaian variabel minat beli berada pada kategori baik yakni menjadikan produk Rocket Chicken sebagai preferensi utama. Sedangkan aspek yang perlu ditingkatkan/ di bawah rata-rata variabel adalah mengenai minat beli adalah mengenai keinginan konsumen untuk membeli produk dan konsumen yang mencari informasi sebelum membeli produk. Hal ini dikarenakan menurut konsumen minat beli sangatlah penting dan bagian dari pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, Rocket Chicken setiap tahunnya selalu berusaha untuk menetapkan strategi baik harga maupun kualitas produk yang mengikuti keinginan konsumen dan melakukan inovasi untuk meningkatkan minat beli konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Schiffman dan Kanuk (2008) yang menyatakan bahwa minat beli dianggap sebagai pengukuran kemungkinan konsumen membeli produk tertentu, dimana minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji mediasi menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh *intervening* variabel minat beli dalam hubungan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian sebagai variabel mediasi parsial. Yang artinya, hubungan harga terhadap keputusan pembelian tetap akan signifikan meski dikendalikan oleh minat beli. Selain itu dalam penelitian ini diketahui bahwa pengaruh langsung antara variabel harga terhadap keputusan pembelian lebih tinggi pengaruhnya dibanding pengaruh yang melalui variabel mediasi minat beli. Berdasarkan hasil ini, perusahaan berarti harus menetapkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan daya beli konsumen untuk memperkuat dan meningkatkan kuantitas keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya dari Chanifah Widha Prihatini (2016) yang menyatakan kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di warung ikan bakar seafood genteng besar. Dalam penelitian tersebut pengaruh minat beli dalam hubungan harga terhadap keputusan pembelian juga merupakan mediasi parsial.

Berdasarkan hasil uji mediasi menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh *intervening* variabel minat beli dalam hubungan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebagai variabel mediasi parsial. Yang artinya, hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tetap akan signifikan meski dikendalikan oleh minat beli. Selain itu dalam penelitian ini diketahui bahwa pengaruh langsung antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian lebih tinggi pengaruhnya dibanding pengaruh yang melalui variabel mediasi minat beli. Berdasarkan hasil ini, perusahaan berarti tidak perlu melakukan peningkatan kualitas produk yang terlalu signifikan untuk memperkuat minat beli, melainkan harus efisien. Misalnya, tidak perlu melakukan kegiatan menaikkan kualitas produk secara signifikan yang akan menghabiskan banyak sumber biaya agar minat beli sangat kuat. Tetapi perusahaan tetaplah harus mempertahankan kualitas produk agar minat beli tetap baik atau semakin meningkat karena minat beli adalah variabel mediasi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian tersebut didukung oleh Angipora (2007) yang menyatakan bahwa tuntutan terhadap kualitas suatu produk sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, kalau tidak menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih kepada produk-produk pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik usaha. Tetapi perusahaan tetaplah harus mempertahankan kualitas produk agar minat beli tetap baik atau semakin meningkat karena minat

beli adalah variabel mediasi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini berdasarkan perhitungan hasil regresi, koefisien, dan signifikansi menunjukkan perbedaan hasil antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Dimana variabel harga memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian sebesar 0,464. Pengaruh tersebut lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,204. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga lebih besar pengaruhnya secara langsung terhadap keputusan pembelian, dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel *intervening*. Demikian juga pada variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian yaitu bahwa besarnya pengaruh langsung lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung dengan minat beli sebagai variabel *intervening*. Dimana variabel kualitas produk memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian sebesar 0,424 dan pengaruh tidak langsung yaitu antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel *intervening* sebesar 0,143.

Kesimpulan

1. Harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. Berarti jika harga semakin terjangkau maka minat beli akan semakin baik. Dalam penelitian ini korelasi antara harga terhadap minat beli termasuk ke dalam kategori sedang atau cukup kuat.
2. Harga merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa harga mampu menjelaskan keputusan pembelian, berarti jika harga semakin terjangkau maka keputusan pembelian akan semakin baik. Dalam penelitian ini korelasi antara harga terhadap keputusan pembelian termasuk ke dalam kategori korelasi sedang atau cukup kuat.
3. Kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk mampu menjelaskan minat beli, hal ini berarti jika kualitas produk semakin baik maka minat beli akan semakin baik. Dalam penelitian ini korelasi antara kualitas produk terhadap minat beli termasuk ke dalam kategori korelasi sedang atau cukup kuat.
4. Kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. Berarti jika kualitas produk semakin baik maka keputusan pembelian juga akan semakin baik dan menunjukkan bahwa kualitas produk mampu menjelaskan keputusan pembelian. Selain itu, dalam penelitian ini korelasi antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian tergolong sedang atau cukup kuat.
5. Minat beli memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang dan menunjukkan bahwa minat beli mampu menjelaskan keputusan pembelian. Berarti jika minat beli semakin baik maka keputusan pembelian juga akan semakin baik. Dalam penelitian ini korelasi antara minat beli terhadap keputusan pembelian termasuk ke dalam kategori korelasi sedang atau cukup kuat.
6. Berdasarkan hasil uji mediasi atau uji sobel menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh *intervening* minat beli dalam hubungan harga terhadap keputusan pembelian secara signifikan pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang sebagai mediasi parsial. Yang artinya bahwa “minat beli (Z) memediasi antara variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Pengaruh langsung antara variabel harga terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh lebih besar dibanding pengaruh tidak langsung yang melalui minat beli.

7. Berdasarkan hasil uji mediasi atau uji sobel menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh *intervening* variabel minat beli dalam hubungan antara variabel kualitas produk dan keputusan pembelian Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang sebagai mediasi parsial. Yang artinya hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian akan tetap signifikan meski melalui atau tidak melalui minat beli. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengaruhnya lebih besar dibanding pengaruh tidak langsung yang melalui minat beli.

Saran

1. Pada variabel harga terdapat indikator yang berada di bawah nilai rata-rata variabel seperti mengenai kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima konsumen. Pada variabel harga terdapat beberapa saran atau masukan yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang yaitu mengenai kesesuaian harga dengan kualitas produk, perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk melalui inovasi menu produk baru, meningkatkan kontroling kualitas produk yang baik agar dapat mempertahankan cita rasa yang enak, serta dapat menyediakan porsi makanan dan minuman yang pas dan mengenyangkan sehingga konsumen merasa *worth it* atau sesuai harga yang dibayarkan dengan kualitas produk yang diterima. Kemudian saran berikutnya yaitu perusahaan perlu mempertimbangkan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima konsumen, dimana responden menginginkan harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang diterima. Oleh karena itu dalam menentukan harga, perusahaan perlu menyesuaikan harga rumah makan siap saji yang lain atau kompetitor agar konsumen tidak menilai harga produk Rocket Chicken lebih mahal, sehingga diharapkan minat beli dan keputusan pembelian konsumen terhadap Rocket Chicken dapat meningkat. Selain itu perusahaan dapat mempertimbangkan adanya *loyalty card* bagi pelanggan dan dapat memberikan potongan harga atau diskon bagi pelanggan yang membeli produk Rocket Chicken dalam jumlah banyak.
2. Pada variabel kualitas produk terdapat indikator yang berada di bawah nilai rata-rata variabel seperti kemenarikan penyajian pada produk, mengenai aroma makanan, mengenai rasa sedap/ enak, dan mengenai varian produk. Saran yang diberikan peneliti pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang adalah pertama yaitu pada aspek kemenarikan penyajian produk, jika memungkinkan perusahaan dapat mengembangkan kemasan produk, seperti mengeluarkan model dan perpaduan warna yang baru untuk kemasannya agar lebih menarik perhatian konsumen. Saran selanjutnya pada aroma makanan, perusahaan dapat melakukan inovasi supaya ketika konsumen masuk kedalam outlet dan ketika makanan disajikan terdapat aroma makanan yang khas dan enak sehingga dapat menggugah selera makan konsumen. Selanjutnya mengenai rasa sedap/ enak, sebaiknya perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas produknya dengan melakukan pengawasan yang ketat pada bagian produksi, mulai dari pengawasan bahan baku sampai penyajian dan menjaga kualitas rasa yang enak, sehingga konsumenpun menikmati dan ingin melakukan pembelian ulang. Dan mengenai varian produk, sebaiknya perusahaan melakukan inovasi menu produk makanan atau minuman baru dengan tidak hanya memperbanyak varian paket dan harga saja, namun mengembangkan inovasi dengan menambah variasi produk yang lebih inovatif, misalnya melakukan variasi produk baru pada menu masakan yang berbahan baku ayam dengan aneka rasa bumbu ayam dari rasa original hingga *hot spicy*, selain itu Rocket Chicken dapat mengembangkan variasi produk minuman agar lebih beragam karena menu minuman yang disediakan sedikit. Misalnya dengan menambah varian rasa pada aneka jus, dan *milk shake*.
3. Pada variabel minat beli terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata rata, yaitu mengenai keinginan konsumen untuk membeli produk dan konsumen yang mencari informasi sebelum membeli produk. Saran yang diberikan kepada Rocket Chicken Wolter

Monginsidi di Kota Semarang yaitu perusahaan perlu meningkatkan minat beli konsumen dengan memenuhi keinginan yang diharapkan. Dapat dengan meningkatkan kesesuaian harga maupun kualitas produk yang diharapkan konsumen. Sehingga ketika konsumen merasa harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas produk yang diharapkan maka dapat membuat konsumen senang dan ingin melakukan pembelian kembali dan membuat konsumen ingin mencari informasi mengenai mengenai menu baru maupun promosi dari rekomendasi orang lain maupun dari sosial media Rocket Chicken, bahkan konsumen dapat memberikan rekomendasi produk Rocket Chicken kepada orang lain.

Daftar Referensi

- Angipora, M. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Edisi Kedu). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chanifah Widha Prihatini. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar*.
- Cooper dan Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K, L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Ketiga bel). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta). Erlangga.
- Michael Prayogo & Liliani. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian bakso pepo. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1*, 171–180.
- Ngatno. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Semarang: Lembaga dan Penjaminan Mutu Pendidikan Unverstas Diponegoro.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon, L. L. K. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.INDEKS.