

PENGARUH KUALITAS PRODUK MAKANAN, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen RM. Rindang 84 Cabang Pati)

Nur Lia Cahyani,¹ Wahyu Hidayat²

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

¹Email: nurliac09@gmail.com

Abstract

Abstract: Business in the culinary field is now a promising choice when looking at the level of mobility of everyone who tends to choose practicality in meeting the needs of eating or drinking. Establish a restaurant like Rindang 84 became one of the choices that could be made. The key to successfully running a culinary business in order to survive is to be able to produce and offer products or services that are tailored to the needs that pay attention to elements such as food product quality, prices, and service quality in order to improve consumer purchasing decisions. This study aims to determine the effect of product quality, price, and service quality on purchasing decisions at Rindang 84 restaurant Pati branch. The population taken is all consumers who make purchases at Rindang 84 restaurant Pati branch and took a sample of 100 people with accidental sampling and purposive sampling techniques. Data analysis tools with using SPSS Software version 22. The results of this study indicate that product quality, price, and service quality have a partial influence on purchasing decisions and the variable that has the greatest influence is price on purchasing decisions.

Keywords: Food product quality, price, service quality, purchasing decisions

Abstraksi: Berbisnis pada bidang kuliner saat ini menjadi pilihan yang cukup menjanjikan jika melihat pada tingkat mobilitas setiap orang yang cenderung memilih kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan makan atau minum. Mendirikan rumah makan seperti RM. Rindang 84 menjadi salah satu yang dapat dilakukan. Kunci sukses menjalankan bisnis kuliner agar dapat bertahan yaitu harus mampu menghasilkan dan menawarkan produk atau jasa disesuaikan dengan kebutuhan dengan tetap memperhatikan elemen seperti kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan agar mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada RM. Rindang 84 cabang Pati. Populasi yang diambil yaitu seluruh konsumen yang melakukan pembelian di RM. Rindang 84 cabang Pati dan mengambil sampelnya sebanyak 100 orang dengan teknik *accidental & purposive sampling*. Alat analisis data menggunakan *software SPSS* versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan variabel yang memiliki pengaruh terbesar yaitu harga terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Kualitas Produk Makanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian*

Pendahuluan

Perkembangan bisnis pada era ini memiliki kemajuan yang semakin pesat. Hal tersebut ditandai dengan semakin banyak berdirinya usaha bisnis baik produk maupun jasa. Salah satunya bisnis kuliner yang saat ini menjadi pilihan bagi banyak orang, karena mengingat semakin tingginya aktivitas dan mobilitas orang yang menjadikan peluang besar untuk menarik konsumen dan melakukan pembelian. Dengan demikian menuntut pengusaha kuliner seperti RM. Rindang 84 harus memahami setiap perilaku konsumen dan mengetahui apa yang dibutuhkan agar perusahaan tetap berdiri dan memenangkan persaingan dalam berbisnis.

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono (2012), mengatakan bahwa keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk. Namun, keputusan konsumen dalam pembelian selain dipengaruhi oleh

karakteristik konsumen, dapat dipengaruhi oleh rangsangan perusahaan yang mencakup produk, harga, tempat dan promosi (Kotler dan Keller, 2008). Berdasarkan pada pernyataan tersebut, maka peneliti memutuskan untuk mengambil faktor terkait dalam keputusan pembelian yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada RM. Rindang 84 (studi pada konsumen RM. Rindang 84 cabang Pati). Adapun populasi yang diambil yaitu seluruh konsumen yang melakukan pembelian di RM. Rindang 84 cabang Pati, sedangkan sampel yang diambil sebesar 100 orang dengan menggunakan teknik *accidental & purposive sampling*.

Kerangka Teori

Pemasaran merupakan serangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan suatu nilai bagi pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai perusahaan yang unggul (Kotler dan Armstrong, 2014). Didalam pemasaran perlu memahami perilaku konsumen, menurut Kotler dan Keller (2008) perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menempatkan barang jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen yang perlu diperhatikan terkait dengan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono (2012) mengatakan bahwa keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara actual melakukan pembelian suatu produk.

Menurut Alli (2004 dalam Willy Wijaya, 2017) kualitas makanan adalah semua ketentuan yang telah ditetapkan yang berhubungan dengan karakteristik kualitas makanan yang diperlukan untuk memuaskan keinginan dan harapan konsumen. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu (Kotler, 2012). Sedangkan kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2005) merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan tentang apa yang kita amati dalam upaya untuk memahaminya. Dari penjelasan beberapa teori, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut ini:

- H1: diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk makanan terhadap keputusan pembelian pada RM. Rindang 84.
- H2: diduga ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada RM. Rindang 84
- H3: diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada RM. Rindang 84
- H4: diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory research*. Adapun penelitian *explanatory research* adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya. Adapun untuk populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di RM. Rindang 84 cabang Pati, sedangkan untuk sampel

mengambil 100 orang konsumen dengan menggunakan teknik *accidental sampling & purposive sampling*.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, uji signifikan (uji t) dan uji kelayakan model (uji f) dengan menggunakan *software SPSS* versi 22.

Pembahasan

Pada penelitian ini variabel independennya yaitu kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi variabel dependennya yaitu keputusan pembelian pada RM. Rindang 84 cabang Pati. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Norshamliza Chamhuri Peter J Batt (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk makanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pada penelitian tersebut diungkapkan bahwa kualitas produk makanan dan keputusan pembelian memang memiliki pengaruh, karena jika pada suatu produk memiliki kualitas yang semakin baik, maka akan diikuti dengan keputusan pembelian yang baik juga, akan tetapi sebaliknya jika kualitas pada suatu produk buruk, maka keputusan pembelian pun akan ikut mengalami penurunan.

Hipotesis pertama, yaitu “diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk makanan terhadap keputusan pembelian” diterima. Hal tersebut berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan dan membuktikan bahwa kualitas produk makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan taraf signifikan 5% atau 0,05 maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984, adapun untuk nilai t hitung (3,985) > t tabel (1,984). Sedangkan nilai koefisien determinasinya diperoleh sebesar 0,139 atau 13,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk makanan sebanyak 13,9% sedangkan untuk sisanya (100%-13,9% = 86,1%) dijelaskan oleh faktor lain selain kualitas produk makanan. Selain itu juga mayoritas responden dengan presentase sebanyak (62%) menyatakan bahwa kualitas produk makanan di RM. Rindang 84 termasuk dalam kategori baik, terutama yang dirasakan responden dari segi cita rasa makanan, aroma makanan yang menggugah selera, makana yang higienis, tingkat kematangan makanan, serta dengan adanya variasi menu yang beragam.

Suatu perusahaan perlu mempertimbangkan harga yang diberikan pada suatu produk, karena dengan harga yang sesuai maka keputusan pembelian pun akan mengikuti. Seperti pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tom Deliens (2016), hasil penelitiannya menyatakan bahwa faktor harga mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut pada penelitian ini, harga memiliki pengaruh yang signifikan, dimana dengan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5% diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984, dimana nilai pada t hitung sebesar (6,009) > t tabel (1,984) sehingga pada hipotesis kedua yaitu “diduga ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian” Diterima. Adapun untuk nilai koefisien determinasinya diperoleh sebesar 0,269 atau 26,9%. Hal tersebut berarti variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga sebesar 26,9%, sedangkan untuk sisanya sebesar (100%-26,9% = 73,1%) dijelaskan oleh faktor lainnya selain faktor harga. Selain itu juga mayoritas responden dengan presentase sebanyak 53% menyatakan bahwa untuk harga yang diberikan sudah termasuk dalam kategori terjangkau, dimana responden menilai pada beberapa aspek yaitu keterjangkaun harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk makanan, dan adanya kesesuaian harga dengan porsi makanan yang diberikan. Namun disisi lain sebanyak 6% konsumen menilai harga yang diberikan tidak terjangkau, Responden beranggapan bahwa harga di RM. Rindang 84 lebih tinggi dibanding dengan rumah makan lain yang menjual makanan serupa seperti pondok bandeng untuk menyunya antara lain bandeng bakar, pepes bandeng, otak-otak bandeng.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan dengan selalu memberikan yang terbaik. Sebab baik tidaknya kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya. Seperti pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nova Dhita (2013), dalam

penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan pada penelitian ini, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan, dimana taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5% maka diperoleh t tabel yaitu 1,984. Adapun untuk nilai t hitung sebesar (8,991) > t tabel (1,984). Sehingga pada hipotesis ketiga “diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian” diterima. Sedangkan untuk nilai koefisien determinasinya diperoleh sebesar 0,452 atau 45,2%. Hal tersebut berarti variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 45,2%, dan untuk sisanya sebesar (100% - 45,2% = 54,8%) dijelaskan oleh faktor lainnya selain kualitas pelayanan. Selain itu sebanyak 57% responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh RM. Rindang sudah termasuk dalam kategori baik. Namun disisi lain masih terdapat beberapa aspek yang dikeluhkan oleh responden seperti terkait dengan lahan parkir yang masih kurang memadai untuk kendaraan mobil, kecepatan wifi yang disediakan, dan kurangnya kecepatan karyawan dalam melayani konsumen. Sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan yang harus diperbaiki lagi.

Hipotesis keempat, yaitu “diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian” dapat dilihat pada hasil penelitian yang telah dilakukan, dimana pada penelitian ini, kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dapat diketahui melalui uji F dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%, maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,697 dan nilai F hitung sebesar 36,051, sehingga dapat diperoleh nilai F hitung (36,051) > F tabel (2,697). Dari hasil tersebut maka hipotesis keempat “diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian” diterima. Adapun nilai koefisien determinasinya ialah sebesar 0,452 atau 45,2%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan sebanyak 45,2% sedangkan untuk sisanya (100% - 45,2% = 54,8%) dijelaskan oleh faktor selain kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan. Berdasarkan pada penelitian dan pembuktian yang dilakukan pada hipotesis 1 tentang kualitas produk makanan, hipotesis 2 tentang harga, hipotesis 3 tentang kualitas pelayanan. Apabila dari ketiga hipotesis tersebut digabungkan dalam satu perhitungan maka akan mendapatkan pengaruh yang lebih besar jika dibandingkan dengan perhitungan secara mandiri. Adapun dari hasil yang telah diperoleh diantara variabel kualitas produk makanan (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) yang mempengaruhi keputusan pembelian (Y), variabel harga yang memiliki pengaruh paling besar yaitu 0,596 dengan nilai beta sebesar 0,352. Sedangkan berdasarkan pada nilai beta, kualitas pelayanan memiliki nilai beta terbesar yaitu 0,697, kemudian 0,352, dan kualitas produk makanan sebesar -0,325. Selain itu pada tingkat signifikannya, variabel harga dan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 kemudian kualitas produk makanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,003.

Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada RM. Rindang 84 maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil penelitian, terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk makanan terhadap keputusan pembelian pada RM. Rindang 84 cabang Pati dan mayoritas responden menyatakan bahwa kualitas produk makanan pada RM. Rindang 84 berkualitas baik. Akan tetapi responden masih merasa kurang dari segi porsi makanan yang disajikan, menurut mereka porsi cenderung sedikit, selain itu juga bentuk penyajiannya yang kurang menarik, serta inovasi makanan yang perlu dikembangkan.
2. Berdasarkan pada penelitian, terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada RM. Rindang 84 cabang Pati dan mayoritas responden menilai bahwa harga yang ditetapkan oleh RM. Rindang 84 untuk produknya termasuk dalam kategori terjangkau. Namun disisi lain dengan ditetapkannya harga tersebut

apabila dibandingkan dengan rumah makan lainnya belum memiliki daya saing yang baik. Sebab dengan harga tertentu, responden bisa mendapatkan produk yang sama di tempat lain tentu dengan harga yang lebih rendah.

3. Berdasarkan pada penelitian, terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada RM. Rindang 84 cabang Pati dan mayoritas responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh RM. Rindang 84 sudah baik. Akan tetapi masih ada beberapa hal dalam segi pelayanan yang perlu adanya perbaikan seperti lahan parkir yang kurang memadai untuk parkir mobil, responden menilai bahwa parkir yang disediakan hanya cukup untuk parkir sepeda motor, selain itu juga kecepatan karyawan dalam menyajikan makanan kepada konsumen terutama di jam-jam sibuk, serta tingkat kecepatan wifi yang disediakan.
4. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada RM. Rindang 84 cabang Pati.

Saran

Adapun saran yang diberikan pada penelitian ini untuk kualitas produk makanan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian dengan cara menyesuaikan porsi makanan, menambah kreativitas pada penyajian makanan seperti menambah *garnish* dari sayuran, memperhatikan kembali kerapihan penyajian, serta menambah inovasi-inovasi makanan baru yang belum pernah dikeluarkan oleh kompetitor seperti sate bandeng, kwetiau bandeng, bandeng kuah pedas level, steak bandeng, dan lainnya.

Sedangkan untuk harga yaitu dengan meninjau kembali harga yang telah ditetapkan pada produk, memberikan potongan atau diskon pada waktu tertentu, menyediakan makanan paket hemat, menyediakan pembayaran non tunai seperti *cashback* yang dapat menarik konsumen untuk membeli serta agar harga yang diberikan tetap bisa bersaing dengan harga di kompetitor.

Peneliti memberikan saran pada kualitas pelayanan yaitu dengan meningkatkan kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, meningkatkan daya kecepatan wifi, serta memikirkan ulang untuk menyediakan lahan parkir yang memadai terutama untuk parkir mobil agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Daftar Referensi

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, & Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Cooper, R. Donald & C. William Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- <https://www.coursehero.com/file/p3hhsks/Sedangkan-menurut-Garvin-dan-A-Dale-Timpe-1990-dalam-Alma-2011-kualitas-adalah/>. Diakses pada 30 Oktober 2019.
- Ferdinand, Augusty. (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategic, Research Paper Series*, BP. UNDIP.
- Frendy O dan Altje (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan Cv. Minahasa Mantap Perkasa*. Jurnal EMBA 254 vol.3.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- <https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/370/jbptunikompp-gdl-agustriant-18466-3>
- babii docx. Diakses pada 23 Mei 2019 pada pukul 04.30 WIB.

- Josephine PickettBaker, Ritsuko Ozaki. (2008). *Pro-environmental products: marketing influence on consumer purchase decision*. Jurnal Emerald.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*, edisi millennium, jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P Dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*.Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012).*Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Norshamliza Chamhuri Peter J Batt. (2015).*Consumer perceptions of food quality in Malaysia*. Jurnal Emerald
- Nova Dhita K. (2013). *.Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)*.Diponegoro Journal Of management Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013.
- Riduwan & Sunarto. (2014). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rindang 84. (2017). Dalam <http://www.rindang84.com>. Diunduh pada tanggal 2 Desember 2019 pukul 10.00 WIB
- Sudharto P. Hadi. (2007). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, cetakan ke-18*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*, edisi pertama. Malang: Bayumedia Publishing
- Tjiptono F & Cahndra, G. (2005). *Service, Quality & Statisfuction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono F. (2008). *Strategi pemasaran*, edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Tjiptono, F & Chandra, G. (2009). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi pemasaran, ed 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi keempat*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tom Deliens, dkk (2016). *Effectiveness of Pricing Strategies on French Fries and Fruit Purchases among University Students: Results from an On-Campus Restaurant Experiment*. Jurnal Emerald.
- Wijaya, Willy. (2017). *Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

