

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI *COFFEE SHOP* GUDANG SEDUH SENDURO KABUPATEN LUMAJANG

Thareq Mahdi Alifisyah¹, Joko Widodo¹, Sri Wahyuni¹

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember
e-mail: thareqmahdi29@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Coffee Shop Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang, serta untuk mengetahui kualitas produk dan harga yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini adalah studi kuantitatif. Lokasi dalam penelitian ini menggunakan metode purpose area yaitu di Warung Kopi Gudang Seduh Senduro Lumajang. Besar sampel adalah 60 responden. Metode pengumpulan data menggunakan angket dan wawancara. Gunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji alat. Sementara itu, untuk analisis data digunakan analisis regresi linier berganda, analisis varians garis regresi, uji F, uji T, koefisien berganda, validitas garis regresi berganda, dan kesalahan standar regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh sebesar 84,43% terhadap keputusan pembelian konsumen Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang, dan sisanya sebesar 15,6% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti usia, gaya hidup, persepsi, dan motivasi. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen warung kopi Gudang Seduh sebesar 51,85%, sedangkan pengaruh variabel harga sebesar 32,57%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Sejalan dengan berkembangnya bisnis *coffee shop*, maka seorang pelaku bisnis *coffee shop* semakin ditantang untuk menciptakan inovasi dan defferensiasi yang unik terhadap produknya agar memiliki keunggulan dan pembeda dari produk para pesaingnya. Pengusaha *coffee shop* harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif dalam hal produk, layanan, harga, dll, berusaha untuk memuaskan pelanggan, dan menghadapi persaingan komersial. Hal ini supaya pelaku bisnis tersebut memiliki keunggulan kompetitif terhadap pelaku bisnis pesaingnya serta agar dapat bertahan dan berkembang. Jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka perusahaan tidak dapat bertahan.

Selain keunggulan bersaing, pelaku bisnis juga harus memperhatikan strategi pemasaran, yang meliputi upaya mempertahankan pelanggan serta mendatangkan pelanggan baru dimana dimana mempertahankan pelanggan lama yang harus diprioritaskan. Mempertahankan pelanggan lama memiliki keuntungan tersendiri karena dalam mempertahankan pelanggan lama biayanya lebih murah serta dapat dilaksanakannya strategi pemasaran *word of mouth*. Upaya mendatangkan dan juga mempertahankan pelanggan tidaklah mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi yaitu faktor internal ataupun eksternal, diantara faktor-faktor tersebut pelaku bisnis harus dapat mengetahui perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembeliannya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:226) tahapan proses pengambilan keputusan dimana seorang konsumen benar-benar membeli produk disebut keputusan pembelian. Didalam suatu pengambilan keputusan pembelian, banyak fakto-faktor yang harus

dipertimbangkan oleh konsumen seperti harga yang ditawarkan dan kualitas produk yang di dapatkan. Konsumen berharap bahwa produk yang mereka beli memiliki kualitas yang diharapkan dan dengan demikian merasa puas. Kualitas barang adalah atribut umum barang dan administrasi, yang bergantung pada kapasitasnya untuk memenuhi asumsi klien (Kotler dan Keller 2009: 143). Sesuai dengan teori diatas kualitas produk bisa diartikan apabila pengusaha dapat menciptakan kepuasan konsumen terhadap produk dengan menawarkan produk yang berkualitas.

Konsumen ketika membuat keputusan pembelian, juga mempertimbangkan faktor penting lain selain kualitas produk yaitu faktor harga. Menurut Swastha dan Handoko (2018: 185) untuk mendapatkan produk ada uang yang harus dikorbankan itu sebut harga. Semua orang menginginkan harga yang sesuai dengan kualitas yang didapat saat melakukan pembelian. Adapun indikator harga sesuai yang diutarakan Kotler dan Armstrong (2012 : 278) terdapat empat indikator harga, berikut indikator-indikator harga: daya saing harga, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Coffee shop mulai menjadi suatu tren di Kota Lumajang belakangan ini dengan terus bermunculan *coffee shop* baru, hal ini diimbangi dengan meningkatnya peminat *coffee shop* di Kota Lumajang. Kota lumajang sendiri memiliki perkebunan kopi dengan tingkat produktifitas yang tinggi. Menyikapi hasil produktifitas kopi yang besar, maka pemerintah Kabupaten Lumajang melaksanakan Festival Kopi Lereng Semeru (KoLeSem) sebagai bentuk promosi komoditi kopi di Lumajang. Festival ini mengenalkan kopi Lereng Semeru sebagai produk khas dari kota Lumajang. Potensi komoditi kopi yang besar ini juga menjadi alasan banyaknya bermunculan *coffee shop* di Kota Lumajang, salah satunya adalah *coffee shop* Gudang Seduh yang ada di kecamatan Senduro Kabupaten Luamajang..

Peneliti tertarik melakukan penelitian di *coffee shop* Gudang Seduh dikarenakan dari segi kualitas produk sangat diperhatikan sekali mulai dari kualitas biji kopi yang akan digunakan hingga proses pengolahan biji kopi tersebut menjadi siap seduh. Pemilik usaha juga mengutamakan biji kopi yang memiliki kualitas terbaik dari wilayah Senduro. Kelebihan dari *coffee shop* Gudang Seduh adalah semua menu yang disajikan berbahan dasar kopi asli Senduro. Proses pengolahan di *coffee shop* Gudang Seduh sudah menggunakan alat moderen sehingga rasa yang di hasilkan dari kopi yang sudah di olah mengeluarkan cita rasa yang nikmat. Selain itu, Harga yang ditawarkan bermacam-macam namun dengan harga yang kompetitif dan terjangkau. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan produknya secara berkala sehingga *coffee shop* Gudang Seduh selalu ramai pengunjung.

Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualits Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di *Coffee Shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang”**.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Lokasi dalam penelitian ini menggunakan metode purpose area yaitu kedai kopi Gudang Seduh Senduro Lumajang. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di kedai kopi Gudang Seduh Senduro selama seminggu dari tanggal 23 Februari 2021 sampai dengan 2 Maret 2021, sebanyak 149 konsumen dan total 60 responden. Menggunakan metode pengumpulan data angket dan wawancara. Gunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji alat. Pada saat yang sama, untuk analisis data, digunakan analisis regresi linier berganda, analisis varians garis regresi, uji F, uji T, koefisien berganda, validitas garis regresi berganda, dan kesalahan standar estimasi regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Berdasarkan analisis data yang dilakukan diperoleh hasil bahwa seluruh item pada variabel adalah valid

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan membuktikan bahwa seluruh data terbukti reliabel

2. Analisis Regresi Linier Berganda

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_i$$

$$\hat{Y} = 3,771 + 0,661X_1 + 0,576X_2 + e_i$$

3. Analisis Varian Garis Regresi

Nilai koefisien koneksi dalam penelitian ini sebesar 0,919 menyiratkan bahwa kualitas barang dan faktor nilai memiliki hubungan yang sangat mengesankan dengan pilihan pembelian di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro, Rezim Lumajang.

4. Uji F

Berdasarkan perhitungan hasil SPSS 25.0 *for windows*, diketahui nilai F_{hitung} sebagai berikut:

Tabel 1.1 Hasil SPSS Untuk Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	841,452	2	420,726	154,572	,000 ^b
	Residual	155,148	57	2,722		
	Total	996,600	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan hasil pemeriksaan uji F pada tabel di atas, diketahui bahwa besarnya $F_{hitung} = 154,572 > F_{tabel} = 3,159$ dengan tingkat kepentingan $F = 0,000 < 0,05 = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kualitas barang secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian di kedai kopi Gudang Seduh Senduro Rezim Lumajang.

5. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Berdasarkan estimasi tersebut diperoleh koefisien assurance (Rsquare) sebesar 0,844. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengaruh kualitas barang dan biaya terhadap pilihan pembelian pada bistro Gudang Seduh Senduro, Lumajang Rule secara bersamaan adalah 84,4%. sedangkan sisanya 15,6% dipengaruhi oleh faktor otonom lain yang tidak diperiksa dalam pemeriksaan ini seperti usia, gaya hidup, inspirasi, dan wawasan..

6. Uji T

Melalui uji t diketahui bahwa pengaruh yang berlaku terhadap variabel Y adalah variabel kualitas butir (X1) thitung > ttabel ($6,844 > 2,002$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diaku. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas barang (X1) mempengaruhi pilihan pembelian pada kafe Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang (Y) dengan tingkat rate sebesar 51,8592%.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang pertama dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang yaitu sebesar 84,4%. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian pertama yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang.

Hasil 84,4% tersebut termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa dengan baik nya kualitas produk yang dimiliki dan disertai dengan harga yang sebanding, maka dapat mempengaruhi keputusan pembelian di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang. Menurut Tedjakusuma, Hartini, dan Muryani (2001:55), untuk barang-barang kebutuhan pokok seperti makanan dan minuman, pembeli benar-benar memikirkan kualitas. Karena merupakan kebutuhan penting dan erat kaitannya dengan kesejahteraan manusia, kualitas barang sangat mempengaruhi pembeli dalam menentukan pilihan pembelian. barang. Jika kualitas barang meningkat, perilaku pembeli untuk melakukan pembelian juga akan meningkat. Namun, ketika biaya dinaikkan, pembeli pada umumnya akan beralih ke organisasi lain. Ini menyiratkan bahwa faktor nilai merupakan faktor yang sangat tegas dalam pilihan pembelian barang.

“Alasan saya berkunjung karena di coffee shop Gudang Seduh menyediakan minuman kopi asli senduro serta kualitas biji yang digunakan juga bagus. Selain itu harganya juga terjangkau mas sesuai dengan rasa kopi yang disajikan mas” (RM, 23Th)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut nampak jelas bahwa kualitas produk yang bagus dan harga yang sesuai dapat mempengaruhi keputusan pembelian di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang. Sedangkan untuk hasil penelitian dan analisis data kedua yang dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh lebih dominan terhadap keputusan pembelian di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang yaitu sebesar 51,85% sedangkan harga memiliki pengaruh sebesar 32,57%. Hal ini sesuai dengan tujuan kedua dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui manakah diantara

kualitas produk dan harga yang paling berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kualitas produk dalam penelitian ini terdiri dari kinerja, keistimewaan, dan estetika. Untuk indikator kinerja, berdasarkan hasil penelitian dan jawaban angket dari responden dapat diketahui bahwa rasa dari produk yang disajikan di *coffee shop* Gudang seduh sangat enak .karena biji kopi yang digunakan adalah biji dengan kualitas terbaik serta pembuatan minuman kopi yang dilakukan oleh barista profesional dan juga produk yang disajikan di *coffee shop* Gudang Seduh sudah sesuai dengan selera konsumen karena dibuat oleh barista berpengalaman yang sangat memahami dalam mengelolah biji kopi.

Untuk indikator keistimewaan, berdasarkan hasil penelitian dan jawaban angket dari responden dapat diketahui bahwa kesitimewaan produk di *coffee shop* Gudang Seduh sangat istimewa karena berasal dari biji yang berkualitas terbaik grade 1. Dan juga produk yang disajikan di *coffee shop* gudang seduh memiliki keitimewaan dari pada produk kopi di kedai lainnya mulai dari biji berkualitas, barista yang berpengalaman, alat pengolahan modern dan lainnya. Selain itu keistimewaan produk dapat sangat mempengaruhi responden untuk melakukan keputusan pembelian karena kesitimewaan suatu produk memberikan nilai tambah yang tinggi untuk produk dimata konsumen (Sumber: Data primer diolah, 2021).

Untuk indikator estetika, berdasarkan hasil penelitian dan jawaban angket dari responden dapat diketahui bahwa penyajian produk minuman kopi di Gudang Seduh sangat menarik, karena disajikan dengan gelas yang unik serta menggunakan cara yang unik untuk mengkonsumsinya. Dan juga aroma dari produk yang disajikan dapat menarik perhatian responden untuk membeli produk di *coffee shop* Gudang Seduh, karena aroma yang tercium membuat responden tertarik dan ingin segera membeli di *coffee shop* Gudang Seduh.

“Menurut saya kualitas minuman yang disajikan sangat bagus mas dan menu yang disajikan rasanya juga enak walaupun harganya sedikit mahal jika dibandingkan tempat lainnya. Karena kualitas produk dan rasa yang enak ini mas saya lebih memilih datang di Gudang Seduh daripada tempat lain” (NF, 20Th)

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas produk pada *coffee shop* Gudang Seduh Senduro sangat mempengaruhi keputusan pembelian Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang. Selain itu, variabel selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang dalam penelitian ini adalah harga. Variabel harga dalam penelitian ini meliputi daya saing, keterjangkaun harga, dan kesesuaian harga dengan kualitasnya.

Untuk indikator keterjangkauan harga, berdasarkan hasil penelitian dan jawaban angket dari responden dapat diketahui bahwa harga yang ada di *coffee shop* Gudang Seduh sangat terjangkau bagi masyarakat, karena harganya sangat murah bagi masyarakat dan juga harga yang terjangkau menjadi alasan para responden tertarik membeli di *coffee shop* Gudang Seduh. Untuk indikator kesesuaian harga dengan kualitasnya, berdasarkan hasil penelitian dan jawaban angket dari responden dapat diketahui bahwa harga yang di pasang di *coffee shop* Gudang Seduh sangat sesuai dengan kualitas yang di berikan, karena di *coffee shop* Gudang Seduh kualitas yang diberikan sangat bagus dengan harga yang terjangkau. Dan

juga harga yang ditawarkan sesuai dengan hasil yang para responden inginkan, karena menurut para responden hasil yang mereka terima dari membeli produk di *coffee shop* Gudang Seduh sangat sesuai dengan harganya yang mahal (Sumber: Data primer diolah, 2021).

Selanjutnya untuk indikator daya saing, berdasarkan hasil penelitian dan jawaban angket dari responden dapat diketahui bahwa produk yang ditawarkan *coffee shop* Gudang Seduh mampu bersaing dengan kedai kopi sejenis dan juga Senduro café memungkinkan bersaing dengan kedai kopi sejenisnya dengan harga yang di patok oleh Gudang Seduh, karena harga yang ditawarkan *coffee shop* Gudang Seduh lebih murah dari pada kedai kopi sejenisnya dengan kualitas bahannya yang lebih unggul.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut nampak jelas bahwa harga yang tertera pada produk di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Hal ini membuktikan bahwa harga juga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari salah satu responden dalam penelitian ini.

“.....karena bagi saya harga yang ditawarkan cukup murah dengan rasanya yang enak jadi sangat mempengaruhi keinginan saya untuk datang ke *Coffee Shop Gudang Seduh ini*” (RM, 23Th).

Sedangkan untuk keputusan pembelian di *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang, dari penelitian yang telah dilakukan terdiri dari pemilihan merek, pemilihan jenis produk, dan pemilihan penjual. Untuk indikator keputusan pemilihan jenis produk, berdasarkan hasil penelitian dan jawaban angket dari responden dapat diketahui bahwa jenis produk yang ditawarkan di *coffee shop* Gudang seduh sangat bervariasi, karena di *coffee shop* Gudang Seduh menggunakan tiga jenis kopi yang berbeda dan diolah menjadi beberapa jenis minuman.

Untuk indikator keputusan merek, berdasarkan hasil penelitian dan jawaban angket dari responden dapat diketahui bahwa merek kopi Senduro *Coffee* dari Gudang Seduh sangat bagus, karena merek kopi Senduro *Coffee* sudah terkenal di Lumajang bahkan dari luar kotapun sudah banyak yang mengetahui mengenai merek Senduro *Coffee*. Merek juga menjadi pertimbangan sangat penting bagi responden ketika membeli kopi kemasan Senduro *Coffee*. Dan juga produk yang dikeluarkan *coffee shop* Gudang Seduh mampu bersaing dengan merek dari kedai kopi lain, karena produk yang dikeluarkan *coffee shop* Gudang Seduh memiliki kualitas yang lebih bagus dari pada merek dari kedai kopi lainnya.

Terakhir yaitu untuk indikator keputusan tentang penjual, berdasarkan hasil penelitian dan jawaban angket dari responden dapat diketahui bahwa produk *coffee shop* Gudang Seduh sangat mudah untuk responden dapatkan yaitu para responden dapat membeli produk *coffee shop* Gudang Seduh didekat rumah mereka. Para responden juga lebih memilih melakukan pembelian merek Senduro *Coffee* di *coffee shop* Gudang seduh dari pada di tempat lainnya, karena harganya lebih murah dan juga lebih lengkap jenisnya. Selain itu, para responden sangat berminat mengunjungi kembali *coffee shop* Gudang seduh, karena mereka sangat senang dengan produk yang di berikan di kedai tersebut.

Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Dyah Eka Pratiwi (2018), Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dampak positif dan besar dari nilai, kualitas barang, dan area pada pilihan pembelian di MR. K Cafe Cabang Jl. Ki Mangunsarko 15 Semarang) sebesar 0,743 atau 74,3%. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dipimpin oleh Anindyah Rachma Andanawari (2014) yang menjelaskan bahwa ada pengaruh positif dan besar pada nilai, luas, dan kualitas barang pada pilihan beli di Stove Syndicate Cafe Semarang.

Berdasarkan penjelasan di atas, cenderung dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas barang dan biaya merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pilihan pembelian *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang. Dilihat dari konsekuensi eksplorasi dan percakapan dalam penyelidikan ini, menunjukkan bahwa spekulasi dalam penelitian ini diakui, khususnya bahwa ada pengaruh besar antara kualitas barang dan biaya pada pilihan pembelian pembeli di Gudang Seduh Senduro dan antara kualitas barang dan harga. faktor nilai ada faktor yang paling berpengaruh terhadap pilihan pembelian pada pelanggan *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang khususnya variabel kualitas barang.

PENUTUP

Berdasarkan informasi dan percakapan tentang dampak kualitas barang dan biaya pada pilihan pembelian untuk *coffee shop* Gudang Seduh Senduro, Kabupaten Lumajang, cenderung dianggap bahwa ada pengaruh kritis pada kualitas barang dan biaya pada pilihan pembelian untuk *coffee shop* Gudang Seduh Senduro, Kabupaten Lumajang, yaitu 84,4%. sedangkan sisanya 15,6% dipengaruhi oleh faktor bebas lainnya yang tidak diteliti seperti usia, gaya hidup, inspirasi, dan wawasan. Selain itu, variabel kualitas barang merupakan variabel yang paling mempengaruhi pilihan pembelian *coffee shop* Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang yaitu sebesar 51,85%.

DAFTAR PUSTAKA

- Dyah Eka Pratiwi, 2018 Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan MR. K Café Cabang Jl. Ki Mangunsarkoro 15 Semarang). Tidak dipublikasikan. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Social dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
- Firmansyah A. 2019. *Perilaku Konsumen : Sikap dan Pemasaran*. Pasuruan Qiara Media.
- Kardita Magda, 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada El's Coffee Kartini Bandar Lampung). Tidak Dipublikasikan. *Skripsi*. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
- Kotler, P & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Alih bahasa oleh: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Amstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, P & Amstrong, G. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. , Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta. Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 2. Yogyakarta. ANDI