

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS UPSTREET PALOPO)

Ayu Anugrah *1

Universitas Andi Djemma Palopo, Indonesia

Ayuanugrah978@gmail.com

Adi Muhammad Fatwah M

Universitas Andi Djemma Palopo, Indonesia

andifatwah7@gmail.com

Rudianto

Universitas Andi Djemma Palopo, Indonesia

Nurjannah

Universitas Andi Djemma Palopo, Indonesia

Abstract

This study aims to analyze the effect of product price and service quality on purchasing decisions (Case study of Upstreet Palopo). Sampling method by taking The sampling technique in this study using "Random Sampling". The number of samples in this study were 50 respondents from an unknown population. Data collection techniques using observation, questionnaire and documentation. Data processing techniques with a regression system with the help of SPSS software (Statistical Package for the Social Sciences) data analysis techniques used are validity test, reliability test, multiple linear regression test, determinant coefficient test, t test (partial) and F test (simultaneous). The results of this study concluded that service quality has a positive and significant impact on purchasing decisions on Upstreet Palopo. There is an effect of price on purchasing decisions, the better the product, price and quality of service provided, the more satisfied consumers will be, the more positive and significant effect this will have on purchasing decisions (study of the Upstreet Palopo case).

Keywords: product, price, service quality, purchase decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengaruh produk harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus Upstreet palopo). Metode pengambilan sampel dengan pengambilan Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan "Random Sampling". Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden dari jumlah populasi yang tidak diketahui. Teknik pengambilan data menggunakan observasi, kesiapan dan dokumentasi. Teknik pengolahan data dengan sistem regresi dengan bantuan software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinan, Uji t (Parsial) dan Uji F (Simultan). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada upstreet palopo. Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, makin baik produk, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan maka konsumen akan

¹ Corespondensi author.

merasa semakin puas maka akan semakin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada (study kasus upstreet palopo).

Kata Kunci : produk, harga, Kualitas Pelayanan, keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan dunia bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh sebab itu, setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi dilingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembelian agar dapat berhasil menjalankan usahanya. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya dengan kegiatan pemasaran. (Kotler, 2000).

Up Street itulah nama dari café yang terletak di Kelurahan Tompotikka, Kecamatan Wara. Mengusung konsep Out Door, cafe milik Bang Dedy ini ramai dikunjungi kaum milenial. Uniknya Cafe Up Street mengusung konsep Live Music setiap malamnya. Bahkan pengunjung bisa ikut bernyanyi atau sekedar request lagu saja. Owner Cafe Upstreet menyebutkan usaha yang digeluti sejak tahun 2014 ini, menyimpan begitu banyak cerita mulai dari suka maupun duka. "Sebelumnya usaha ini saya mulai dari lapangan puncasila, dengan dua meja dan delapan kursi," jelas Bang Dedy, Sabtu, 12 Juni 2021.

Menurut Bang Dedy hal paling sulit yang ia jalani saat membangun usaha cafe tersebut, saat dirinya melakukan renovasi tempat. Namun belum sempat diresmikan, pihak Pemkot Palopo melakukan penggusuran bangunan. "Belum sempat opening tapi digusur. Tapi memang lahan tersebut milik Pemkot Palopo," jelas Dedy. Lanjut Dedy, setelah penggusuran tersebut, dirinya memilih berhenti untuk sementara waktu. "Usaha ini sempat vakum, dan kemudian kembali dilanjutkan pada tahun 2019, dengan konsep yang lebih fresh dari sebelumnya," paparnya. Dedy menyebutkan, perlahan tapi pasti Cafe Upstreet mampu menjadi idola baru di Kota Palopo, dan tak pernah sepi dari pengunjung. "Perlahan tapi pasti, Upstreet akhirnya memiliki tempat istimewa di hati kaum milenial, hampir tiap malam selalu ramai, Alhamdulillah," ucap Dedy. Dari design, cafe Upstreet sangat menarik. Owner memadukan konsep design penginapan, dan juga rumah makan.

Selain itu terdapat pula sentuhan yang di kolaborasi dari hasil travelingnya. Di beberapa sisi Owner juga menyisipkan sejumlah tokoh dunia, yang terkenal di jamannya. Mulai Hitler, Nelson Mandela, BJ Habibie, hingga Soekarno. "Mereka adalah tokoh yang saya idolakan, meskipun miliki pro dan kontra selama hidup. Saya berharap Upstreet mendunia, seperti tokoh-tokoh tersebut," jelas Dedy Irawan.

Sebelum mengakhiri wawancara, Dedy Irawan menyebutkan bahwa bagi pengunjung yang ingin datang ke Upstreet jangan terlambat. "Jangan lambat, karena bisa jadi Anda tidak akan kebagian tempat. Terlebih jika malam minggu," pungkas Dedy Irawan. Diketahui, kedepan Cafe Upstreet akan terus memberikan pelayanan terbaik pada konsumen. Mulai dari design, menu makan dan minum, hingga tempat yang akan diperlebar.

Kedai kopi atau coffee shop saat ini menjadi minat bisnis yang menjamin, dari sekian banyak bisnis kuliner. Seiring perkembangan konsumsi kopi di Indonesia yang semakin meningkat menciptakan suatu persaingan yang semakin pesat, khususnya di kalangan remaja. Bisnis coffee

shop menjadi salah satu bisnis yang diminati oleh masyarakat dalam beberapa tahun ini, termasuk di Kota Palopo. Para Produsen atau pemilik coffee shop baik yang memiliki merek sendiri dituntut untuk memberikan kualitas produk, harga, dan layanan agar mampu menarik konsumen untuk kembali membeli produk yang dipasarkan. Adapun beberapa coffee shop yang berada di Kota Palopo dengan merek sendiri kurang begitu peminat, namun beda halnya dengan Coffee yang begitu banyak peminat dalam melakukan keputusan pembelian. Maka dari itu dengan memperkuat tuntutan tersebut diharapkan pemilik coffee shop mampu bersaing memperebutkan pelanggan dengan sajian minuman kopi berkualitas, harga terjangkau dan konsep gerai lebih sederhana.

Faktor kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan lokasi. Presepsi kualitas produk sendiri merupakan hal yang diperhatikan 3 oleh para konsumen dalam mengambil keputusan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis memakai metode deskriptif Kuantitatif, yaitu menggambarkan ataupun memaparkan apa adanya tentang suatu variabel. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pengaruh produk harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada upstream palopo. Metode pengambilan sampel dengan memakai nonprobability sampling dengan teknik random sampling.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 1 Hasil uji validitas

No	Pernyataan	rhitung	Rtabel	Keterangan
1	X1.1	0,773	0,276	Valid
2	X1.2	0,737	0,276	Valid
3	X1.3	0,685	0,276	Valid
4	X1.4	0,744	0,276	Valid
5	X1.5	0,751	0,276	Valid
6	X1.6	0,706	0,276	Valid
7	X1.7	0,703	0,276	Valid
8	X1.8	0,757	0,276	Valid
9	X1.9	0,624	0,276	Valid
10	X1.10	0,611	0,276	Valid
11	X1.11	0,576	0,276	Valid
12	X1.12	0,574	0,276	Valid
13	X1.13	0,484	0,276	Valid
14	X1.14	0,409	0,276	Valid
15	X1.15	0,580	0,276	Valid
16	X2.1	0,874	0,276	Valid
17	X2.2	0,748	0,276	Valid
18	X2.3	0,833	0,276	Valid
19	X2.4	0,548	0,276	Valid

20	X2.5	0,699	0,276	Valid
21	X2.6	0,787	0,276	Valid
22	X2.7	0,707	0,276	Valid
23	X2.8	0,566	0,276	Valid
24	X2.9	0,833	0,276	Valid
25	X2.10	0,847	0,276	Valid
26	X2.11	0,748	0,276	Valid
27	X2.12	0,833	0,276	Valid
28	X3.1	0,384	0,276	Valid
29	X3.2	0,656	0,276	Valid
30	X3.3	0,605	0,276	Valid
31	X3.4	0,558	0,276	Valid
32	X3.5	0,289	0,276	Valid
33	X3.6	0,519	0,276	Valid
34	X3.7	0,623	0,276	Valid
35	X3.8	0,456	0,276	Valid
36	X3.9	0,613	0,276	Valid
37	X3.10	0,456	0,276	Valid
38	X3.11	0,613	0,276	Valid
39	X3.12	0,602	0,276	Valid
40	X3.13	0,464	0,276	Valid
41	X3.14	0,474	0,276	Valid
42	X3.15	0,533	0,276	Valid
43	Y.1	0,781	0,276	Valid
44	Y.2	0,844	0,276	Valid
45	Y.3	0,761	0,276	Valid
46	Y.4	0,656	0,276	Valid
47	Y.5	0,800	0,276	Valid
48	Y.6	0,831	0,276	Valid
49	Y.7	0,844	0,276	Valid
50	Y.8	0,761	0,276	Valid
51	Y.9	0,656	0,276	Valid
52	Y.10	0,800	0,276	Valid
53	Y.11	0,831	0,276	Valid
54	Y.12	0,831	0,276	Valid

Sumber: Data Olah (2023)

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil uji reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,902	15

Sumber : Data Diolah, 2023

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,925	12

Sumber : Data Diolah, 2023

Tabel 4 Hasil uji reliabilitas Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	15

Sumber : Data Diolah (2023)

Tabel 5 Hasil uji reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,942	12

Sumber : Data Diolah (2023)

c. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	854,141	3	284,714	6,721	,001 ^b
	Residual	1948,739	46	42,364		
	Total	2802,880	49			

a. Dependent Variable: Totaly

b. Predictors: (Constant), Totalx3, Totalx2, Totalx1

Pengujian secara bersama-sama variabel kualitas produk (X1), harga(X2), kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Dari tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6,721 dengan nilai probabilitas $sig = 0,005$, nilai F_{hitung} ($6,721$) $> F_{tabel}$ ($3,34$) dan nilai tingkat sig $0,005 < 0,05$. Maka hipotesis 1 diterima, berarti secara bersama-sama variabel kualitas produk (X1), harga(X2), kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

d. Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-9,227	14,625		-,631	,531
Totalx1	,161	,127	,168	1,271	,210
Totalx2	,149	,137	,137	1,088	,282
Totalx3	,654	,177	,481	3,689	,001

a. Dependent Variable: Totaly

Berdasarkan hasil penghitungan SPSS pada tabel diatas Hasil Uji T maka diperoleh bersamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -9,227 + 0,161X1 + 0,149X2 + 0,654X3$$

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) $a = 38,003$ yang merupakan nilai konstanta, artinya dengan tanpa adanya kualitas produk(X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3), maka keputusan pembelian (Y) berubah dengan sendirinya sebesar nilai konstanta yaitu -9,227.
- 2) $b1 = 0,161$ yang menunjukkan koefisien regresi variabel kualitas produk(X1), artinya jika kualitas produk meningkat satu unit, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,161 dengan harga(X2) dan kualitas pelayanan (X3) constan atau tetap.
- 3) $b2 = 0,149$ yang menunjukkan koefisien regresi variabel harga(X2), artinya jika harga meningkat satu unit, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,149 dengan kualitas produk(X1) dan kualitas pelayanan (X3) constan atau tetap.
- 4) $b3 = 0,654$ yang menunjukkan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X3), artinya jika kualitas pelayanan meningkat satu unit, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,654 dengan kualitas produk(X1) dan harga (X2) constan atau tetap.

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,552 ^a	,305	,259	6,509

a. Predictors: (Constant), Totalx3, Totalx2, Totalx1

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS. Dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,305. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 30,50% terhadap minat beli, sedangkan sisanya 69,50% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk pada coffeeCafe Upstreet menggunakan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada coffeeCafe

Upstreet. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian produk pada coffeeCafe Upstreet.

Hasil penelitian secara parsial dari variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada coffeeCafe Upstreet. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian seringkali berpatokan pada kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Cafe Upstreet.

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda disimpulkan bahwa :

1. Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada coffeeCafe Upstreet. Dengan demikian hipotesis 1 diterima.
2. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada coffeeCafe Upstreet. Dengan demikian hipotesis 2 ditolak.
3. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada coffeeCafe Upstreet. Dengan demikian hipotesis 3 ditolak.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada coffeeCafe Upstreet. Dengan demikian hipotesis 4 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Antyandika, Bonaventura Efrian dan DR. Y. Sugiarto PH., SU. 2012. *Analisis Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Wong Art Bakery & Cafe Semarang)*. Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/35775/1/>. 12 September 2015.
- Assauri, Sofjan, 2013. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *iqtishadEQUITY*, 3 (2), 266-277.
- Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Ilham Dwi Desra, 2021 *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBAL TIENS (Studi Kasus Pada Tiens Syariah Internasional Makassar)* PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR MAKASSAR
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga. Kusumah,
- Larosa, Septhani Rebeka. 2011. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)". Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas*. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga. Rumastari,

- R. P., & Sunindyo, A. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT Bank RakyatIndonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang)*. Keunis, 7(2), 5-29.
- Ridwan Zia. 2011. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Di Semarang". Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta Tjiptono,
- Ferdinand, Augusty. 2002 *kualitas strategi pemasaran studi pendahuluan*. Jurnal sains pemasaran indonesia. Vol.1, No 1. Hlm 107-119
- Ferdinand, augusty 2006.
- Akbar, M. F. (2019). *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT toko online mitraindo tangerang selatan*. 6(2), 237-248
- Albina, A, N, L, P, I, (2020). *Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan kembali (studi kasus pada start up coffee renon denpasar.)* africa's potensial for the ecological intensification of agriculture, 53(9), 1689-1699
- Ariyanti, N. (2015) *pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen handphone samsung*. Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis manajemen dan bisnis. 16(2), 68-81.
- Adipramita, Vionna. 2019. *Pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko perhiasan emas lancar jaya sekarang lamongan*. Jurnal ekonomi manajemen universitas 17 agustus 1945 surabaya.
- Kartikasari, ratna dewi, 2020. *Pengaruh persepsi harga, kualitas layanan, lokasi, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pelanggan di minimarket sauli mart kesamben*. Jurnal manajemen universitas malang.