



Kevin Rizki Ananta
Perangin-Angin¹
Agus Rahmadsyah²

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN DI LUBUK PAKAM

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, serta kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Kenangan Lubuk Pakam. Metode penelitian yang dipakai ialah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dari kuesioner disebar di 100 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, sementara variabel terikat ialah keputusan pembelian. Hasil analisis regresi linier berganda memperlihatkan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Kesimpulannya, Kopi Kenangan perlu mempertahankan strategi harga yang kompetitif, menjaga kualitas produk yang konsisten, serta meningkatkan kualitas pelayanan untuk memperkuat keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Kopi Kenangan

Abstract

This study aims to analyze the effect of price, product quality, and service quality on consumer purchasing decisions at Kopi Kenangan Lubuk Pakam. The research method used is a quantitative method with data collection techniques through questionnaires distributed to 100 respondents. The independent variables in this study include price, product quality, and service quality, while the dependent variable is the purchasing decision. The results of multiple linear regression analysis show that price, product quality, and service quality significantly influence purchasing decisions, both partially and simultaneously. In conclusion, Kopi Kenangan needs to maintain a competitive pricing strategy, maintain consistent product quality, and improve service quality to strengthen customer purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Purchasing Decision, Kopi Kenangan.

PENDAHULUAN

Industri kopi di Indonesia berkembang pesat, khususnya dengan meningkatnya popularitas coffee shop. Kopi Kenangan, salah satu coffee shop dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia, menyiapkan kopi bermutu dengan harga yang kompetitif. Riset ini fokus dipengaruhi harga, kualitas produk, serta kualitas pelayanan pada keputusan pembelian di Kopi Kenangan Lubuk Pakam, mengingat pentingnya ketiga faktor ini dalam memengaruhi keputusan konsumen agar membeli produk tertentu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2017), harga ialah sejumlah uang ditanggung pelanggan agar mendapati produk ataupun jasa tertentu. Harga menjadi salah satu elemen kunci dibauran pemasaran karena menentukan keuntungan dan posisi daya saing perusahaan. Harga yang kompetitif dianggap bisa menaikkan nilai dirasakan pelanggan akhirnya mendorong keputusan pembelian. Selain itu, harga selaras dengan kualitas produk yang ditawarkan dapat menciptakan persepsi positif yang mendukung loyalitas konsumen terhadap merek.

Kualitas produk adalah tingkat di mana produk memenuhi harapan atau melebihi harapan konsumen. Kotler dan Keller (2016), kualitas produk terdiri antara aspek yakni daya tahan, keandalan, serta performa barang yang dinilai oleh pelanggan. Kualitas produk yang

^{1,2}Manajemen, Universitas Negeri Medan
 email: rizkikevin45@gmail.com , abigoes99@gmail.com

tinggi dapat menciptakan kepuasan konsumen yang lebih besar dan membangun citra positif untuk merek, sehingga mendorong keputusan pembelian dan pembelian ulang. Konsumen biasanya cenderung memilih produk yang secara konsisten memenuhi standar kualitas yang tinggi, yang berperan dalam memperkuat loyalitas pelanggan.

Selain daripada harga dan kualitas produk, kualitas pelayanan juga punya peran penting memengaruhi keputusan pembelian. Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan ialah kemampuan sebuah bisnis saat membuat pelayanannya agar melengkapi ataupun bahkan melewati keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat mencakup berbagai aspek seperti responsivitas, keandalan, empati, dan keamanan. Layanan yang responsif dan ramah dapat meningkatkan pengalaman konsumen secara keseluruhan dan membangun hubungan positif antara konsumen dan perusahaan, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Sesuai pemaparan diatas, riset ini bertujuan analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan pada keputusan pembelian pelanggan di Kopi Kenangan Lubuk Pakam. Studi ini diinginkan bisa memberikan wawasan bagi manajemen Kopi Kenangan saat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka agar tetap relevan dan kompetitif di pasar kopi yang dinamis.

METODE

Riset ini memakai pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan dari kuesioner disebarkan di 100 responden yang pernah membeli produk di Kopi Kenangan Lubuk Pakam. Teknik analisis data yang dipakai regresi linier berganda ialah menguji pengaruh variabel harga, kualitas produk, serta kualitas pelayanan pada keputusan pembelian..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil riset memperlihatkan variabel harga, kualitas produk, serta kualitas pelayanan signifikan berpengaruh terhadap keputusan membeli kopi di Kopi Kenangan Lubuk Pakam. Analisis regresi linier berganda yang dikerjakan memperlihatkan bahwa masing-masing variabel independen, yakni harga, kualitas produk, serta kualitas pelayanan, memberikan kontribusi yang bermakna pada keputusan pembelian secara parsial ataupun simultan.

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Variabel harga berpengaruh positif serta signifikansi pada keputusan pembelian.. Konsumen merasa harga yang ditetapkan oleh Kopi Kenangan Lubuk Pakam selaras pada kualitas yang didapati. Harga yang kompetitif membuat konsumen merasa produk ini memiliki nilai tambah, dan persepsi positif terhadap harga mendorong konsumen untuk membeli kembali produk Kopi Kenangan. Sebagai contoh, harga yang ditawarkan dirasa setara dengan kualitas minuman yang diberikan, sehingga pelanggan merasa puas serta memutuskan untuk melakukan pembelian ulang.

Tabel 1 Uji t (Parsial)

Hipotesis	Variabel	t hitung	t tabel	Prob. sig	Sig	Keterangan
H1	Harga	2,137	1,652	0,025	0,05	Terdukung
H2	Kualitas Produk	2,439	1,652	0,016	0,05	Terdukung
H3	Kualitas Pelayanan	2.342	1,652	0,033	0,05	Terdukung

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk juga terbukti berperan krusial di keputusan pembelian konsumen. Kopi Kenangan dikenal dengan produk yang memiliki rasa yang konsisten dan kualitas bahan yang

terjaga. Riset ini memperlihatkan kualitas produk yang tinggi menciptakan pandangan positif terhadap merek Kopi Kenangan, yang selanjutnya meningkatkan loyalitas konsumen. Konsumen memilih produk yang memiliki standar kualitas tinggi, seperti konsistensi rasa dan penggunaan bahan baku yang segar, yang pada akhirnya mendorong keputusan pembelian yang lebih tinggi.

Tabel 2 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficient	t Hitung	Sig.
	B	Std. error	Beta		
1 (constant)	12,382	2.399		5,162	0,000
Harga	0,063	0,055	0,079	2,137	0,025
Kualitas Produk	0,138	0,056	0,167	2,439	0,016
Kualitas Pelayanan	0,024	0,071	0,024	2,342	0,033

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan yang baik ialah faktor signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian di Kopi Kenangan. Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang cepat dan responsif, yang membuat mereka cenderung merekomendasikan Kopi Kenangan kepada orang lain. Kualitas pelayanan yang mencakup keramahan, ketepatan waktu, dan responsivitas staf Kopi Kenangan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang berujung pada peningkatan niat untuk membeli kembali. Secara keseluruhan, riset ini memperlihatkan ketiga variabel, yakni harga, kualitas produk, serta kualitas pelayanan, punya kaitan sinergis yang saling memperkuat. Konsumen tidak hanya menilai produk dari harganya, tetapi juga dari kualitas produk dan pelayanan yang didapatkan. Kombinasi ketiga faktor ini memberikan pengalaman belanja yang memuaskan bagi konsumen, sehingga mendorong loyalitas dan keputusan pembelian ulang. Maka dari itu, Kopi Kenangan diinginkan agar terus memperhatikan dan menaikkan strategi pemasaran dengan mengoptimalkan faktor harga, kualitas produk, maupun pelayanan untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak konsumen di masa mendatang.

4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen menentukan pilihan untuk membeli suatu produk setelah melalui tahapan evaluasi. Dalam konteks penelitian ini, keputusan pembelian diartikan sebagai keputusan akhir konsumen untuk membeli produk dari Kopi Kenangan berdasarkan faktor-faktor yakni harga, kualitas produk, serta kualitas pelayanan. Keputusan pembelian punya produk dipilih sesuai dengan harapan mereka. Keputusan pembelian yang tepat akan menghasilkan pengalaman yang positif, menaikkan kepuasan konsumen, dan menguatkan loyalitas pada produk atau merek yang dibeli.

Tabel 3 Koefisien Determinasi (R2) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.458 ^a	.210	.885	1.848

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa harga, kualitas produk, serta kualitas pelayanan signifikan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan di Kopi Kenangan Lubuk Pakam. Kopi Kenangan disarankan agar mempertahankan strategi harga yang kompetitif, menjaga

konsistensi kualitas produk, serta terus meningkatkan kualitas pelayanan dan menaikkan keputusan pembelian di masa mendatang.

SARAN

Kopi Kenangan dapat menggunakan survei pelanggan secara berkala untuk mengukur kepuasan terhadap harga, produk, dan pelayanan. Umpan balik ini penting sebagai dasar evaluasi dan perbaikan berkelanjutan, memastikan bahwa layanan dan produk tetap selaras dibutuhkan serta keinginan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Kotler. 2019. *Marketing an Introducing* Prentice Hall twelfth edition. England: Pearson Education, Inc.
- Arianto, D. P. H., & Satrio, B. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Dwijayanto, A., & Widodo, A. (2020). pengaruh bauran 8P terhaddap keputusan pembelian coffe shop Kopi Kenangan Bandung. 7(2), 6192–6203.
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro:49.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Cetakan ke IX. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hustić, I., & Gregurec, I. (2015). The influence of price on customer's purchase decision. *Central European Conference on Information and Intelligent Systems*, 1–6.
- Irawan, I. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid19. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 17–32.
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management* 12th edition. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- LokaData <https://lokadata.beritagar.id/chart/embed/konsumsi-kopi-2010-2019->
- Monroe, K. B., & Krishnan, R. (2023). Pricing and Perceived Value. *Journal of Consumer Research*.
- Mulyaputri, V. M., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 91.
- Pambudi utomo, Ayun maduwinarti, N. made ida pratiwi. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di warung kopi mbah sangkil surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1–19.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2022). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Sari, D. R. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Otw Coffee Shop Kota Kediri. *SimkiEconomic*, 1(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Top Brand <https://www.topbrand-award.com>
- Zeithaml, V. A. (2022). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*.