

## **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Exotea**

**Yuni Restu Ayuni**

**Manajemen, Institut Manajemen Wiyata Indonesia, Sukabumi**

**Abstrak** | Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif untuk mencari hubungan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan subjek penelitiannya adalah gerai Teh Exotea yang bertempat di kecamatan cibitung. Pengujian dilakukan dengan menggunakan regresi berganda, terlebih dahulu melakukan uji hipotesis klasik kemudian menguji hipotesis secara parsial dengan uji f secara simultan dengan uji t-. Selanjutnya menguji koefisien determinasi untuk melihat berapa persentase variance variabel independen sebesar mempengaruhi variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang diteliti yaitu harga dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci:** Pengaruh Harga, Kualitas, Produk, Keputusan Pembelian

**Abstract** | *The aim of this research is to identify and analyse the influence of price and quality of service on consumer purchasing decisions. The study uses an associative approach to search for the relationship between price and quality of service to consumer purchasing decisions, and the subject of the research is an Exotea Tea Store located in the Kecamatan Cibitung. Testing is done using double regression, first performing a classical hypothesis test then partially testing the hypotheses with the f test simultaneously with the t-test. Then testing the determination coefficient to see how much percentage of independent variable variance size affects the dependent variable. The results of the research show that the two independent variables studied, namely price and quality of service, partially and simultaneously have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions.*

**Keywords:** *Influence Price, Quality, Products, Purchase Decisions*

## Pendahuluan

Bisnis usaha minuman di Indonesia semakin hari semakin diminati. Hal ini bisa dilihat dari semakin banyaknya masyarakat yang gemar memburu beberapa minuman beranekarasa. Hal ini bisa dibuktikan dengan semakin banyaknya Franchise minuman yang berdiri dari waktu ke waktu dan tentunya dengan penawaran menu andalan yang terbaik masing-masing. Maka tidak heran jika pertumbuhan industri kuliner di Indonesia semakin meningkat dan ini tentunya menjadi peluang menarik bagi para pengusaha bisnis.

Teh merupakan salah satu jenis minuman yang paling diminati dan dikonsumsi di dunia. Teh Exotea merupakan usaha yang bergerak dibidang penjualan teh yang dikemas dalam bentuk minuman sejak tahun 2022. Didirikan oleh Gia, Orin dan Dwi selaku CEO Exotea yang merupakan pecinta minuman teh, kecintaan mereka terhadap citarasa teh indonesia membuat mereka termotivasi untuk membuka usaha minuman teh. Tiga sahabat ini menyatukan visi dan misi untuk memajukan Exotea. Tidak ada usaha yang mengkhianati hasil memperingati bagaimana perjuangan dan kendala Exotea. Kini Exotea sudah berjalan 20 Bulan terhitung sejak tanggal didirikan pada tanggal 27 September 2022, dan Exotea terus berupaya agar Exotea terus berkembang dan bersaing dengan yang lain.

Namun pada dasarnya, konsumen membeli produk yang dapat memuaskan keinginannya tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga dari segi harga dan manfaat kualitas dari produk tersebut. Harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen untuk membeli suatu produk, Rambat Lupiyadi, Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan praktik, (Jakarta: Salemba Empat, 2001). Harga yang sesuai dengan kualitas produknya akan membuat konsumen tertarik untuk membelinya.

Keputusan pembelian adalah sebagai keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Konsumen akan memutuskan produk yang akan di beli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan Sari & Prihartono (2021). Penelitian Agustina & Wijayanti (2018) Kualitas produk berdampak signifikan pada keputusan pembelian.

## Tinjauan Pustaka

### Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:345) dalam (Gunarsih, Kalangi & Temengkel, 2021). Harga dapat didefinisikan secara jelas sebagai jumlah uang yang dibayarkan untuk suatu barang atau jasa tertentu. Sebagai alternatif, ini dapat didefinisikan dengan cara yang tepat sebagai jumlah nilai yang diminta konsumen untuk diberikan. Harga ialah kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi dalam pembelian. Satria (2017) Harga mempunyai pengaruh positif atau signifikan terhadap minat beli. Dimana minat beli yang tinggi dibentuk oleh adanya harga yang ditawarkan oleh penyedia jasa ataupun produk. Nasution (2018) Harga merupakan faktor utama yang dipertimbangkan oleh

konsumen untuk melakukan pembelian, biasanya konsumen tertarik kepada harga yang bersaing dan relatif murah yang sejalan dengan kualitas dari produk yang diinginkan.

#### - **Kualitas Produk**

Kualitas produk ialah dimana kondisi fisik, fungsi, dan sifat suatu produk, baik barang atau jasa, disebut sebagai kualitas produk. Kualitas produk didasarkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, seperti ketepatan, durabilitas, reliabilitas, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, serta atribut lainnya dengan tujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan atau pelanggan. Salah satu faktor penting dalam persaingan di antara bisnis adalah kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Konsumen selalu ingin mendapatkan barang yang baik sesuai dengan harga yang mereka bayar, meskipun ada beberapa orang yang percaya bahwa barang yang mahal tidak selalu benar. Johan (2016) Keputusan pembelian adalah proses psikologis dan emosional yang dilalui seseorang saat membeli, memilih, dan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka

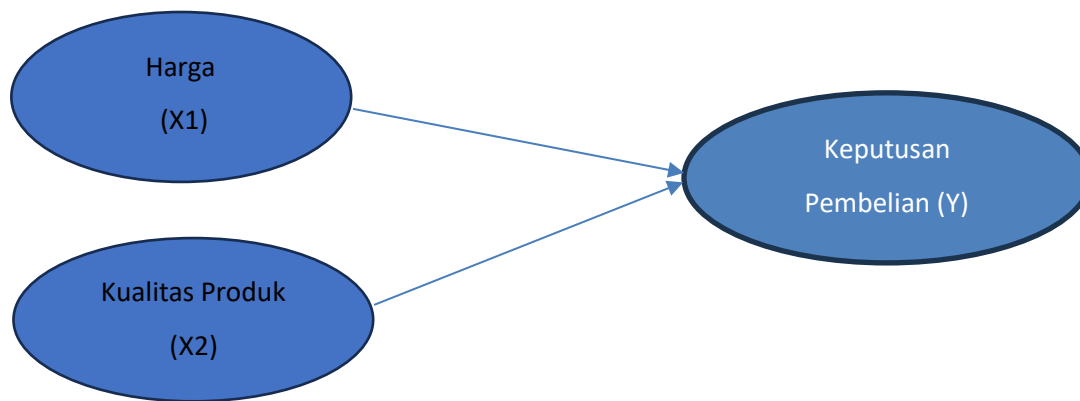
#### **Keputusan Pembelian**

(Menurut Kotler dalam Sarawita, 2023) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Pengambilan keputusan untuk menggunakan produk atau jasa yang dilakukan masyarakat merupakan salah satu bentuk keputusan pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Menurut (Fandy Tjiptono, 2012 dalam Carmelia et) mengatakan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen memahami permasalahan mencari informasi ataupun merk tertentu dari suatu produk kemudian mengevaluasi seberapa baik tiap alternatif tersebut dapat menyelesaikan masalahannya yang setelah itu menuju kepada keputusan pembelian. Gunarsih (2021) Keputusan Pembelian yang dilakukan pembeli atau konsumen dilihat dan ditentukan dari nilai harga barang tersebut.

## **Metode**

Berikut merupakan kerangka konseptual dengan mempertimbangkan variabel harga, kualitas produk kepada keputusan pembelian, yang didasarkan pada perumusan masalah dan analisis literatur yang dibahas sebelumnya.

### Kerangka konseptual



### Variabel Operasional

Definisi ini merupakan salah satu variabel yang nilainya ditentukan dengan mengamati dan menganalisis berbagai aspek dari variabel yang dipertimbangkan.

1. Harga (X1)  
Harga ialah sesuatu yang harus dikeluarkan apabila pelanggan menginginkan sesuatu barang atau layanan. Indikatornya adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat.
2. Kualitas Produk (X2)  
Kualitas dapat digambarkan sebagai seperangkat karakteristik terukur yang mencerminkan tingkat kualitas produk, atau sebagai kondisi terbaik dalam serangkaian kondisi yang diinginkan, dan juga dapat dicirikan sebagai segala sesuatu yang dapat memuaskan pelanggan. Akibatnya, indikasi seperti kualitas daya tahan produk, keistimewaan produk, kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika produk.
3. Keputusan Pembelian (Y)  
Pelanggan membuat keputusan pembelian sambil memikirkan apakah akan mengambil barang tersebut atau sebaliknya. Saat membeli barang atau layanan, konsumen sering kali mempertimbangkan kualitas, harga, dan reputasi produk maupun layanan, yang memengaruhi pilihan mereka. Pilihan produk berperan dalam keputusan untuk membeli Teh Exotea Jadi yang menjadi indikatornya dalam keputusan pembelian Teh Exotea yaitu pilihan produk, dan jumlah pembelian.

Populasi penelitian ini ialah konsumen The Exotea, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Sampel diasumsikan mewakili populasi karena diambil dari sebagian dari populasi untuk keperluan penelitian. Ukuran populasi tidak dapat ditentukan dengan tepat karena jumlah individu dalam populasi tidak diketahui. Temuan ini pengambilan sampelnya menggunakan metode convenience sampling.

Sampel diasumsikan mewakili populasi karena diambil dari sebagian dari populasi untuk keperluan penelitian. Ukuran populasi tidak dapat ditentukan dengan tepat karena jumlah individu dalam populasi tidak diketahui; dengan demikian, sangat penting untuk mengetahui berapa banyak orang pada populasi jadi sampel yang diperoleh bisa mewakili populasi.

### Hipotesis dalam penelitian

H1: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk The Exotea di kecamatan cibitung

H2: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk The Exotea di kecamatan cibitung

H3: Harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk The Exotea di kecamatan cibitung

## Metode

Penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif dimana secara umum desain ini digunakan untuk mengevaluasi suatu objek dan menganalisis pengaruh antara variabel independen. Menurut (sugiyono, 2016) pendekatan ini digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel, mengidentifikasi pola-pola, dan membuat generalisasi yang kuat untuk mendukung hasil penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli minum kemasan produk Teh Exotea di kecamatan Cibitung sampel penelitian diambil menggunakan metode Purposive Sampling, dimana responden dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu berdasarkan beberapa kriteria yang dibutuhkan peneliti.

Kriteria responden harus memenuhi syarat yaitu: 1) pernah membeli produk Teh Exotea ; 2) Berdomosili di kecamatan cibitung. Data yang digunakan adalah data primer. Sumber data dalam penelitian ini adalah kuisioner variabel Harga, Kualitas produk dan keputusan pembelian. Metode analisis data adalah menggunakan analisis regresi liner berganda untuk mengetahui pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas

| Variabel             | Item Pernyataan | Nilai R Tabel | Nilai R Hitung | Ket   |
|----------------------|-----------------|---------------|----------------|-------|
| Harga (X1)           | X1.1            | 0,213         | 0,892          | VALID |
|                      | X1.2            | 0,213         | 0,815          | VALID |
|                      | X1.3            | 0,213         | 0,845          | VALID |
|                      | X1.4            | 0,213         | 0,868          | VALID |
| Kualitas Produk (X2) | X2.1            | 0,213         | 0,809          | VALID |
|                      | X2.2            | 0,213         | 0,881          | VALID |
|                      | X2.3            | 0,213         | 0,860          | VALID |
|                      | X2.4            | 0,213         | 0,802          | VALID |
|                      | X2.5            | 0,213         | 0,786          | VALID |
| Keputusan Pembelian  | Y1              | 0,213         | 0,899          | VALID |
|                      | Y2              | 0,213         | 0,835          | VALID |
|                      | Y3              | 0,213         | 0,866          | VALID |

Sumber: pengolahan data SPSS(2024)

Berdasarkan di atas diketahui masing-masing indikator pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,213 (Tingkat signifikan 1%). Artinya

dapat disimpulkan bahwa instrumen dari masing-masing pernyataan variabel valid dan semua item yang diajukan dapat mengukur variabel Harga (X1), Kualita Produk (X2) dan keputusan pembelian (Y).

### Uji Reabilitas

Menurut (Ghozali,2017) suatu konstruk variabel dikatakan reliabel memiliki nilai cronbach's alpha  $0,946 > 0,70$  dan apabila nilai cronbach's alpha  $< 0,70$  maka dinyatakan tidak reliabel

| Reability Statistics |            |
|----------------------|------------|
| Cronbach's Alpha     | N of Items |
| .946                 | 11         |

*Sumber: pengolahan data SPSS (2024)*

Berdasarkan hasil reabilitas yang dilakukan dimana hasil tersebut berada pada nilai cronbach's alpha 0,946. Dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai cronbach's alpha  $0,946 > 0,70$  yang artinya reliabel.

### Uji Normalitas

Bertujuan untuk mengetahui apakah data model regresi variabel residu mengikuti distribusi normal atau tidak.

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| Unstandardized Residual          |                |                     |
|----------------------------------|----------------|---------------------|
| N                                |                | 85                  |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000            |
|                                  | Std. Deviation | 1.48466774          |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .051                |
|                                  | Positive       | .048                |
|                                  | Negative       | -.051               |
| Test Statistic                   |                | .051                |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup> |

*Sumber: pengolahan data SPSS (2024)*

Dapat dilihat tabel diatas , menunjukan hasil Uji Kolmogov-Smirnov di dapat nilai signifikan 0,2. Maka dapat dikatakan sudah berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

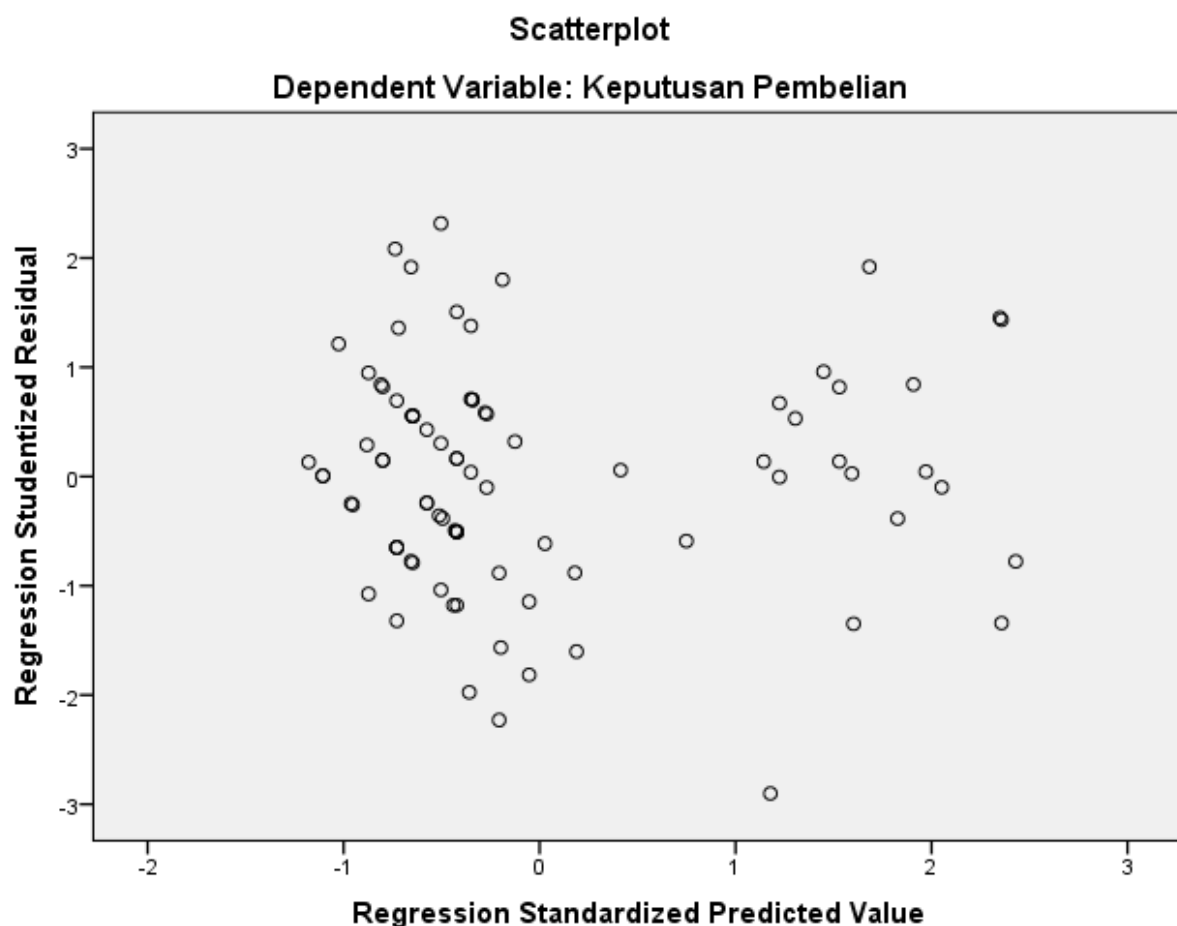
| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | .506                        | .435       |                           | 1.164 | .248  |                         |       |
|       | Harga      | .186                        | .075       | .265                      | 2.472 | <0,01 | .263                    | 3.801 |
|       | Kualitas   | .395                        | .067       | .628                      | 5.855 | <0,01 | .263                    | 3.801 |

Sumber: pengolahan data SPSS (2024)

Jika nilai *tolerance* diatas 0,01 berarti tidak terjadi Multikolenaritas. X1 dan X2 mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,01 maka dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 tidak terjadi Multikolwnaritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat tidak kesesuaian varian diantara residu untuk semua observasi dalam model regresi, yang merupakan salah satu penyimpangan dari asumsi klasik. Salah satunya persyaratan dalam model regresi adalah ketiadaan Heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu dengan melihat Scatterplot.



Sumber: pengolahan data SPSS (2024)

### Uji Glejser

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                           |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |      |
| Model                     |            | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig. |
| 1                         | (Constant) | .977                        | .263       |                           | 3.716  | .000 |
|                           | Harga      | -.059                       | .046       | -.273                     | -1.288 | .201 |
|                           | Kualitas   | .064                        | .041       | .334                      | 1.572  | .120 |

Sumber: Pengolahan data SPSS (2024)

Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  (tidak terjadi Heteroskedastisitas)

Dari tabel di atas dapat dilihat menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai  $\text{sig} > 0,05$ .

#### Uji F (Simultan)

Uji F/ANOVA memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang dihasilkan dapat digunakan untuk mengamati pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh exotea di Kecamatan Cibitung.

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |         |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
| 1                  | Regression | 559.856        | 2  | 279.928     | 123.972 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 185.156        | 82 | 2.258       |         |                   |
|                    | Total      | 745.012        | 84 |             |         |                   |

Sumber: pengolahan data SPSS (2024)

Dilihat dari Nilai  $\text{sig } 0,00 < 0,05$  menunjukkan setiap variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y

#### Uji T (Simultan)

Uji T bertujuan Untuk mengetahui pengaruh secara persial variabel bebas yaitu Pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian

|       |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |                         |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      | Collinearity Statistics |       |
| Model |            | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | .506                        | .435       |                           | 1.164 | .248 |                         |       |
|       | Harga      | .186                        | .075       | .265                      | 2.472 | .016 | .263                    | 3.801 |
|       | Kualitas   | .395                        | .067       | .628                      | 5.855 | .000 | .263                    | 3.801 |



Sumber: Pengolahan data SPSS (2024)

Data hasil Uji T dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima karena kedua variabel yakni pengaruh Harga dan kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Koefesiensi Determinasi

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                 |                              |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-----------------|------------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted Square | R Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .867 <sup>a</sup> | .751     | .745            | 1.503                        | 1.865         |

Sumber: Pengolahan Data SPSS (2024)

Dapat dilihat pada tabel 11 di dapat nilai *Adjust R Square* Sebesar 0,751 diartikan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebanyak 75%.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dikumpulkan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk The Exotea di kecamatan Cibitung. Hal ini menunjukkan bahwa produk Teh Exotea mendominasi atau menguasai pasar di daerah kecamatan Cibitung. Harga dan Kualitas produk perlu dipertahankan dengan ditingkatkan dan melakukan inovasi yang baru. Artinya hal ini menunjukkan bahwa :

- 1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- 2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- 3) Harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh Exotea

## Daftar Referensi

- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150-160.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Djohan, A. J., & MM, F. (2021). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).

- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.
- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijayantini, B. (2018). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 186-196.
- Kamalita, N. M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Paguyuban Sentra Industri Keripik Dan Tempe Di Kota Malang).
- SARASWITA, D. G. B. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE IPHONE DI KOTA DENPASAR (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta