



PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS MCDONALD'S SUNTER BARAT)

* Friska Ardiyana¹, Bertadi Nurseno²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi,
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

Abstract.

The purpose of this study is to determine how the effect of independent variables, namely Product Quality, Price, and Promotion on the dependent variable, namely Purchase Decision. The object of research used in this study is McDonald's Sunter Barat consumers. This research is a quantitative research. The sample in this study amounted to 97 respondents taken using accidental sampling techniques. Data collection techniques use questionnaires that have been tested for validity and reliability. The data analysis used is multiple linear regression analysis, t test, F test, and determinant coefficient. Data processing tools used in this study SPSS program version 26. The results in this study show that based on the t test obtained the variables Product Quality, Price and Promotion partially have a positive and significant effect on Purchase Decision. Similarly, simultaneously the variables of Product Quality, Price, and Promotion have a positive and significant effect on Purchase Decision at McDonald's Sunter Barat.

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision.*

Cronicle of Article:Received (11,06,2024); Revised (15,06,2024); and Published (28,06,2024).

©2024 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Friska Ardiyana adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* friskaardyn@gmail.com

How to cite this article : Ardiyana F, Nurseno B (2024) "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mcdonald's Sunter Barat)". *Adbispreneur*, 4 (3), pp.. Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Saat ini adalah era globalisasi, dimana kehidupan dapat dikatakan telah modern seiring berkembangnya teknologi. Era globalisasi merupakan era yang bebas dan ketat dalam

persaingan bisnis. Karena perkembangan tersebut, gaya hidup masyarakat pun semakin berkembang. Gaya hidup yang serba instan dan praktis membuat sejumlah masyarakat menginginkan ketepatan dan kecepatan dalam berbagai hal. Salah satunya dalam hal mengkonsumsi makanan atau minuman. Dengan keinginan konsumen yang semakin tinggi, persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat. Para pengusaha telah menyadari persaingan ketat bisnis ini, dan mengharuskan mereka membuat suatu strategi untuk dapat memenuhi kebutuhan serta memaksimalkan semua aset-aset mereka demi meningkatkan kemampuan mereka untuk memaksimalkan kinerja perusahaan dan meningkatkan keuntungan kompetitif. Salah satu restoran cepat saji yaitu McDonald's merupakan salah satu bisnis makanan dan minuman yang harus bertahan di tengah-tengah persaingan bisnis yang ketat. McDonald's pertama kali di dirikan oleh Ray Kroc pada Tahun 1954 di Des Plaines, Illionis. Untuk di Indonesia, pertama kali McDonald's di dirikan di Sarinah pada 14 Februari 1991. Standar Operasional Program yang dijalankan oleh McDonald's Indonesia, dan salah satunya adalah McDonald's di Sunter Barat. McDonald's Sunter Barat terletak di kawasan Jakarta Utara yang merupakan kawasan ramai penduduk, tetapi di sekitar Jakarta Utara pun banyak restoran cepat saji lainnya.

Untuk dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan bisnis, McDonald's harus terus berinovasi dan mengembangkan strategi yang efektif guna memenuhi kebutuhan konsumen, memaksimalkan asset, dan meningkatkan kinerja serta keuntungan yang kompetitif. Oleh karena itu McDonald's harus memperhatikan faktor-faktor Keputusan Pembelian konsumen. Beberapa faktor Keputusan Pembelian konsumen yaitu Kualitas Produk, Harga, dan Promosi.

LITERATUR REVIUW

1. Administrasi Bisnis Handayani (2011:27) Administrasi Bisnis adalah kegiatan - kegiatan / proses / usaha yang dilakukan dibidang bisnis dalam usahanya mencapai tujuan yaitu mencari keuntungan. Sedangkan Siagian (2008:19) mengemukakan bahwa Administrasi Bisnis adalah keseluruhan kegiatan mulai dari produksi barang atau jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut di tangan konsumen.
2. Pemasaran Menurut Kotler dan Armstrong (2016:27) pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan freering atau bebas bertukar produk dan jasa dari nilai dengan nilai.
3. Perilaku Konsumen Menurut Kotler dan Keller (2016:179) Perilaku konsumen adalah sebagai studi tentang bagaimana kelompok, organisasi, dan individu dalam membeli, memilih, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
4. Kualitas Produk Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas produk (product quality) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan.
5. Harga Menurut Kotler dan Armstrong (2018) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.
6. Promosi Menurut Louis E. Boone & David L. Kurtz (2002) Promosi adalah upaya untuk membujuk, memberikan informasi, dan mempengaruhi Keputusan Pembelian.

7. Keputusan Pembelian Menurut Kotler (2016:184) menyatakan bahwa Keputusan Pembelian adalah keputusan akhir yang diambil perorangan dan rumah tangga untuk membeli barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan pribadi. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, konsumen mempunyai berbagai pertimbangan seperti kualitas, harga, dan produk yang sudah di kenal oleh masyarakat sebelum memutuskan untuk membeli.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif (descriptive research) dan penelitian eksplanatif (explanatory). Menurut Sugiyono (2010) penelitian yang menggunakan metode deskriptif, merupakan metode untuk menggambarkan secara sistematis mengenai fakta atau karakteristik populasi di bidang tertentu secara aktual dan cermat. Sedangkan penelitian eksplanatif Menurut Sugiyono (2013) adalah penelitian yang menjelaskan kedudukan antara variabel - variabel yang diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di McDonald's Sunter Barat. Hasil ini juga menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu variable kualitas produk, harga dan promosi dengan variabel keputusan pembelian memiliki hubungan yang cukup kuat, artinya memiliki keterkaitan yang kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan Keputusan pembelian secara signifikan. Dalam hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini mampu memiliki kontribusi atau peran yang besar dalam menjelaskan variabel terikat dan inti masalah dari variabel terikat dalam hal ini keputusan pembelian. Jika keputusan pembelian meningkat maka tentu akan berakibat baik bagi perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa kualitas produk di McDonald's sesuai dengan kebutuhan mereka.
2. Harga (X2) secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga produk di McDonald's sebanding dengan kualitas yang diberikan.
3. Promosi (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi – promosi yang di sajikan McDonald's mempengaruhi Keputusan pembelian.
4. Secara bersama-sama (simultan), Kualitas Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel ini mempengaruhi 70,1% keputusan pembelian, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Saran

1. Bagi Perusahaan, dilihat dari variabel Kualitas Produk yang berpengaruh positif dan signifikan, dalam hal ini Perusahaan sebaiknya mempertahankan kualitas produk yang sudah bagus dan meningkatkan kualitas produk yang lainnya agar bisa memenuhi keinginan dan ekspektasi konsumen. Berdasarkan olah data dari variabel Harga yang berpengaruh positif dan signifikan, Perusahaan sebaiknya mempertahankan harga yang sudah ditetapkan. Walaupun konsumen McDonald's rata-rata tidak terlalu mempermasalahkan harga yang harus dibayar karena hal tersebut sebanding dengan kualitas produk yang diberikan. Tetapi akan lebih baik jika ada potongan harga, promosi paket bundle yang lebih banyak atau promosi yang lainnya. Berdasarkan olah data dari variabel Promosi yang berpengaruh positif dan signifikan, dalam hal ini sejalan dengan variabel harga, saran saya untuk Perusahaan sebaiknya mempertahankan dan terus berinovasi untuk membuat berbagai macam promosi agar membuat konsumen merasa lebih senang saat membeli McDonald's karena mendapat potongan harga ataupun harga special, yang secara langsung akan memberikan dampak positif bagi Perusahaan dan membuat konsumen kembali lagi untuk membeli di McDonald's.
2. Bagi peneliti selanjutnya, apabila tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang serupa, penelitian ini dapat dijadikan bahan perbandingan dan referensi untuk meneliti dan disarankan untuk menggunakan variabel lain seperti Online Consumer Review atau variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Athika Meliani. 2022. Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia. (Kemenkeu, 31 Oktober). Suluttenggomalut.
- Dihni, Vika Azkiya. 2022. Restoran Cepat Saji Paling Populer di Indonesia pada 2022, Siapa Teratas?. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/restorancepat-saji-paling-populer-di-indonesia-pada-2022-siapa-teratas>. Diakses 7 Januari 2024.
- Fahmi, Irham. 2019. Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Gamas, Jamaludinillah dan Suhermin. 2021. PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK. Surabaya : Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. e-ISSN: 2461-0593.
- Gunawan, Stiven dan Elia Ardyan. 2021. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MARK.ON.ID. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Volume 6, Nomor 2: 104-113.
- Hariyati, Tri et al. 2022. Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. (Education Journal, Vol.2 No.2). Sukabumi: Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Rusyd Kotabumi.
- Khasanah, Latifah Uswatun. 2021. Analisis Data Kuantitatif, Kenali Analisis Deskriptif. <https://dqqlab.id/analisis-data-kuantitatif-kenali-analisis-deskriptif>. Diakses 7 Januari 2024.
- KOMINFO. 2023. Topang Ekonomi Nasional, Pemerintah Dorong Industri Mamin Percepat Transformasi Digital.<https://www.kominfo.go.id/content/detail/50273/topang-ekonomi-nasional-pemerintah-dorong-indsutri-mamin-percepat-transformasi-digital/0/berita>. Diakses 8 Januari 2024.

- Muqarrobin, Tamman Firdaus. 2023. Cara Melakukan Uji Reliabilitas Menggunakan SPSS. <https://www.wawasan-edukasi.web.id/2023/04/uji-reliabilitas-spss.html>. Diakses 8 Januari 2024.
- Santoso, Singgih. 2020. Panduan lengkap SPSS 26. Jakarta: Elex Media Komputindo. Sepang, Jantje et al. 2017. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN X-TRAIL PADA PT. WAHANA WIRAWAN MANADO. Manado : Jurnal EMBA. Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 2221 – 2229.
- Setiawan, Moh Rian. 2019. PENGARUH CITRA MEREK, DISKON DAN SUASANA TOKO TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN SEPATU GEOFF MAX DI KOTA BANDUNG. Bandung: FAKULTAS BISNIS DAN MANAJEMEN UNIVERSITAS WIDYATAMA. Nomor : 204/SK/BAN-PT/Akred-XV/S/I/2018.
- Soepono, Djurwati et al. 2021. PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARDAH DI KOTA MANADO. Manado: Jurnal EMBA. Vol.9 No.2 April 2021, Hal. 1167-1177.
- Taroreh, Henry et al. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up. (Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6 No. 2). Malalayang: Media Neliti.
- Ulfa, Rosiana. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Word Of Mouth melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online di Yogyakarta. Yogyakarta: Magister Manajemen, Universitas Islam Indonesia.
- Waruwu, Marinu. 2023. Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Penelitian Kombinasi (Mixed Method). Salatiga: Jurnal Vol.7 No.1 Tahun, Hal. 2896-2910.