

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BUBBLE TEA ONEZO KETAPANG DI JAKARTA BARAT

* Agung Akpianto¹, Yulianto²

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

Abstract.

Food and beverage business in Indonesia continues to show development as many innovations emerge. The large population and rapid economic development have made the food and beverage business becomes one of the most lucrative businesses in Indonesia. A large market will create great business competition. The company must be able to provide the best price and product quality. If the price offered is too high it will reduce the level of purchasing decisions, however, if the price offered is too low, there will be doubts about the quality of the product, which will reduce the level of purchasing decisions. This research aimed to know and analyze the influence of price and product quality on purchasing decision for Onezo Ketapang Bubble Tea Drink in West Jakarta. The sampling technique used was total sampling with a total of 60 respondents. Data collection techniques used observation and questionnaires. The results of this research showed that price partially had a positive and significant effect on purchasing decisions by 59.2% with a calculated t-value (6.923) > t-table (2.002). Product quality partially had a positive and significant effect on purchasing decisions by 37.3% with a calculated t-value (3.352) > t-table (2.002). Price and product quality simultaneously had a positive and significant effect on purchasing decisions by 66.0% and the f-table value (55.203) > f-count (3.16).

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decisions

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 : Agung Akpianto 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:* agungariansyah31@gmail.com

How to cite this article : Akpianto A, Yulianto (2024) "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bubble Tea Onezo Ketapang Di Jakarta Barat". *Adbispreneur*, 4 (3), pp.277-283. Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Peluang bisnis makanan dan minuman di Indonesia tidak ada hentinya, peluang bisnis ini masih terus menunjukkan adanya perkembangan dan peningkatan berkat banyaknya inovasi

yang bermunculan. Populasi yang besar dan perkembangan ekonomi yang pesat membuat bisnis makanan dan minuman masih menjadi salah satu bisnis yang menggiurkan di Indonesia. Globalisasi juga memberikan pengaruh yang tinggi sehingga jenis dan budaya makanan dan minuman di Indonesia semakin bervariasi. Harga merupakan salah satu strategi yang harus digunakan dengan cerdas, dimana jika penentuan harga terlalu mahal maka secara naluri pelanggan akan mencari brand lain dengan harga yang lebih bersaing. Namun jika penentuan harga terlalu rendah maka akan timbul keraguan atas kualitas produk, untuk itu perusahaan harus cermat dalam melakukan penentuan harga. Berikut perbandingan harga dari Onezo Ketapang di Jakarta Barat dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Kompetitor

Brand	Kisaran Harga Per <i>Item</i> (Rp)	Keterangan (<i>Cup</i>)
Onezo	22.000 – 46.000	<i>Reguler</i>
Xing Fu Tang	23.000 – 49.000	<i>Reguler</i>
Gulu Gulu	24.000 – 29.000	<i>Reguler</i>
Koi The	22.000 – 39.000	<i>Reguler</i>
Chatime	20.000 – 29.000	<i>Reguler</i>

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Onezo Ketapang mempunyai kisaran harga yang lebih tinggi dibanding kompetitornya, sementara harga Onezo Ketapang cukup bersaing dengan Xing Fu Tang. Dapat ditarik kesimpulan bahwa Onezo Ketapang dan Xing Fu Tang berfokus pada segmen menengah atas, sedangkan Gulu-gulu, KOI The, dan Chatime berfokus pada segmen menengah bawah, akan tetapi masing-masing memiliki kualitas produk yang berbeda, sehingga ini bisa menjadi pertimbangan pelanggan untuk membeli. Kualitas produk sangat erat kaitannya dengan harga, jika harga suatu produk lebih tinggi daripada kompetitor di segmen yang sama, maka ekspektasi pelanggan terhadap kualitas produk sangat tinggi. Namun yang menjadi pertimbangan adalah jika kompetitor mampu memberikan kualitas produk yang sama atau lebih baik tetapi dengan harga yang lebih rendah.

Sedangkan penelitian yang dilakukan Ramona et al (2023) yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Thai Tea di Desa Rantau Bujur Tengah Kecamatan Sungai Tabukan Kabupaten Hulu Sungai Utara, dari hasil penelitian menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Reza et al (2022) yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda, dari hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah dan perbedaan hasil penelitian terdahulu serta perbedaan objek penelitian, maka peneliti tertarik untuk membuat sebuah penelitian dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bubble Tea Onezo Ketapang Di Jakarta Barat.

LITERATUR REVIUW

1. Administrasi Bisnis Menurut Handyaningrat (2015:27), "Administrasi bisnis adalah kegiatan-kegiatan atau proses atau usaha yang dilakukan dibidang bisnis dalam usahanya

- mencapai tujuan yaitu mencari keuntungan". Menurut Poerwanto (2016:25), "Administrasi bisnis adalah keseluruhan kerja sama dalam memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan hingga pada penyampaian barang atau jasa tersebut kepada pelanggan dengan memperoleh dan memberikan keuntungan secara seimbang, bertanggung jawab dan berkelanjutan."
2. HARGA Menurut Kotler dan Keller (2020:212), "Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pelanggan untuk produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk memperoleh manfaat atau memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa." Sedangkan menurut Indriyo Gitosidarmo (2015:178), "Harga adalah nilai tukar yang dinyatakan dalam suatu mata uang atau alat tukar terhadap suatu produk tertentu."
 3. KUALITAS PRODUK Menurut Tjiptono & Diana (2017: 121), mendefinisikan kualitas produk sebagai "Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya." Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2018:230), "Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan secara langsung maupun tersirat".
 4. KEPUTUSAN PEMBELIAN Menurut Kotler dan Keller (2020:180), "Keputusan pembelian adalah proses yang dilalui konsumen dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya." Sedangkan menurut Tjiptono (2015:53), "Keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian."

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman bubble tea Onezo Ketapang di Jakarta Barat. Pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner, observasi dan studi kepustakaan. Populasi dan sampel adalah pelanggan yang pernah dan yang sedang melakukan pembelian minuman bubble tea Onezo Ketapang di Jakarta Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Total Sampling dengan total 60 responden.

Data dianalisis melalui statistik deskriptif. Uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji reabilitas. Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Uji hipotesis yang meliputi uji regresi linear berganda, uji f, uji t dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen (Sugiyono 2019:262).

Tabel 4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.880	3.725		1.578	.120
Harga	.649	.094	.619	6.923	<.001
Kualitas Produk	.246	.073	.300	3.352	.001

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS 29 For Windows diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat nilai konstanta sebesar 5,880, Harga sebesar 0,649 dan Kualitas Produk sebesar 0,246. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 5,880 + 0,649 + 0,246$

Jika variabel harga dan variabel kualitas produk tidak terjadi perubahan variabel maka sama dengan nol, maka keputusan pembelian pada minuman bubble tea Onezo Ketapang di Jakarta Barat memiliki nilai 5,880. Jika terjadi perubahan peningkatan pada nilai variabel harga sementara variabel lain tetap, maka keputusan pembelian minuman bubble tea Onezo Ketapang akan meningkat sebesar 0,649. Jika terjadi perubahan peningkatan pada nilai variabel kualitas produk sementara variabel lain tetap, maka keputusan pembelian minuman bubble tea Onezo Ketapang akan meningkat sebesar 0,246. Uji T adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, dengan menjaga salah satu variabel independen tetap atau dikendalikan (Sugiyono, 2019:274). Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5%.

Tabel 4.2 Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.880	3.725		1.578	.120
Harga	.649	.094	.619	6.923	<.001
Kualitas Produk	.246	.073	.300	3.352	.001

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS 29 For Windows diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui variabel harga memperoleh nilai t hitung 6,923 > t tabel 2,002 dan nilai signifikan 0,01 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian minuman bubble tea Onezo Ketapang di Jakarta Barat. Variabel kualitas produk memperoleh nilai t hitung 3,352 > 2,002 dan nilai signifikan 0,01 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman bubble tea Onezo Ketapang di Jakarta Barat.

Uji F adalah sebuah teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2019:281).

Tabel 4.3 Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	507.649	2	253.824	55.203	<.001 ^b
	Residual	262.085	57	4.598		
	Total	769.733	59			

Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga
 Sumber: SPSS 29 For Windows diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 4.3 nilai f hitung 55,203 > f tabel 3,16 dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan variabel kualitas produk berpengaruh secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian minuman bubble tea Onezo Ketapang di Jakarta Barat. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen, dengan melihat nilai R-squared.

Tabel 4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.592	.585	2.32587

Predictors: (Constant), Harga
 Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4. dapat dilihat nilai R Square 0,592. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 59,2%. Sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.373	.362	2.88420

Predictors: (Constant), Kualitas Produk
 Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat nilai R Square 0,373. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 37,3%. Sedangkan sisanya 62,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.660	.648	2.14429

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

Berdasarkan tabel 4.60 dapat dilihat nilai R Square 0,660. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 66,0%. Sedangkan sisanya 44,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian minuman bubble tea Onezo Ketapang sebesar 59,2% dan nilai t hitung 6,923 > t tabel 2,002. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian minuman bubble tea Onezo Ketapang sebesar 37,3% dan nilai t hitung 3,352 > 2,002. Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian minuman bubble tea Onezo Ketapang sebesar 66,0% dan nilai f hitung 55,203 > f tabel 3,16.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Gitasudarmo, Indriyo. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
Handyaningrat. (2015). Administrasi Bisnis. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
P. Kotler dan G. Armstrong (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
P. Kotler, dan K. L. Keller. (2020). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
Poerwanto. (2016). Administrasi Bisnis. Yogyakarta. Cendekia Pustaka. Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
Tjiptono dan Diana (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
Tjiptono, Fandy (2015). Administrasi Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

JURNAL

- Ramona Handayani, Siti Fatimah. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Thai Tea di Desa Rantau Bujur Tengah Kecamatan Sungai Tabukan Kabupaten Hulu Sungai Utara. Jurnal Administrasi Niaga. Volume 5.

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bubble Tea Onezo Ketapang Di Jakarta Barat

Nomor 2.

Reza Widodo, Ana Noor Andriana. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda. Jurnal Ekonomi-Teknik. Volume 1. Nomor 4.