

## ***Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembeli Biji Kopi pada Revaco Roastery***

Fabio Juliano Karamoy  
William. A. Areros  
Sofia. A. P. Sambul

Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado  
Email: [karamoyfabio28@gmail.com](mailto:karamoyfabio28@gmail.com)

---

**Abstract.** *This research aims to determine whether the influence of product quality affects buyer decision coffee beans in Revaco Roastery. This research is type of quantitative research with a population of consumers who often visit and buy the coffee beans. Sample size using the guidelines put forward by Roscoe, that is, a sample of more than 30 and less than 500 is sufficient for use in a study. Therefore, the sample in this study was from 100 respondents. The data analysis technique used simple linear regression analysis. The results showed that there was an effect of product quality on buyer decision. In the case of a simple linear regression test, the results show that the influence of product quality affects buyer decision.*

**Keywords:** *Product Quality, Buyer Decision*

---

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembeli biji kopi di Revaco Roastery. Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan populasi konsumen yang sering berkunjung dan membeli biji kopi. Ukuran sampel menggunakan pedoman yang dikemukakan oleh Roscoe, yaitu sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam sebuah penelitian. Karena itu, sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembeli. Dalam hal uji regresi linear sederhana diperoleh hasil bahwa pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembeli.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Keputusan Pembeli

---

### **Pendahuluan**

Menikmati secangkir kopi kini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban dalam satu dekade terakhir. Alhasil *coffee shop* atau kafe selalu menjadi tempat favorit mereka. Dibutuhkanlah peran bisnis roaster dalam men-supply biji kopi untuk minuman kopi yang dijual oleh kedai – kedai kopi.

Tentunya dalam menjual minuman kopi dibutuhkan biji kopi yang berkualitas. Dan kedai – kedai kopi biasanya menyuplai biji kopi mereka dari para roaster. Saat ini pertumbuhan bisnis Roastery di Manado berkembang dengan cukup pesat, hal itu dibuktikan dari banyaknya roaster – roaster di Manado. Ada beberapa Roastery shop ternama yang ada di Manado seperti:

1. *Black Cup Coffee and Roastery*
2. *Elmonts Coffee & Roastery*
3. *Revaco Roastery*

Banyaknya pilihan Roastery di Manado membuat konsumen memiliki banyak pertimbangan untuk membeli biji kopi di Roastery. Beberapa pertimbangan tersebut diantaranya adalah kualitas biji kopi yang disajikan & varian biji kopi yang

beragam. Perlu roasting beans/ biji kopi yang berkualitas lah agar bisa dijadikan minuman yang dijual ke kedai – kedai kopi.

Untuk memenangkan kompetisi antar pelaku usaha, berbagai strategi pun diterapkan oleh para pelaku usaha untuk mendapatkan pangsa pasar yang tinggi. Kualitas biji kopilah menjadi hal yang sangat penting untuk memenangkan persaingan antar pelaku usaha pada bisnis ini agar bisa menarik pembeli.

Di jaman globalisasi ini kemajuan bidang industri dan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial, ekonomi dan industri berakibat pada gaya hidup dan perilaku seseorang. Dengan perubahan-perubahan tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi selera kepuasan pada suatu produk atau jasa. Untuk dapat bersaing di dunia industri yang semakin maju ini, badan usaha dituntut untuk dapat memberikan produk dan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelangganya dengan demikian hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing menguasai pasar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah adalah apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian biji kopi pada Revaco Roastery. Dan tujuan penelitiannya ialah untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian biji kopi pada Revaco Roastery.

### **Tinjauan pustaka Kualitas Produk**

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (low-involvement) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (high-involvement) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Menurut Kotler & Armstrong (2012: 223), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. kualitas produk sendiri menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 283), kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Menciptakan keinginan konsumen agar melakukan pembelian, perusahaan harus mengetahui perilaku yang dilakukan konsumen dalam pembelian suatu produk. Mengingat bahwa konsumen adalah raja. Ia memiliki kemampuan penuh menyaring semua upaya untuk mempengaruhi, dengan hasil bahwa semua yang dilakukan oleh perusahaan harus disesuaikan dengan motivasi dan perilaku konsumen. Perusahaan harus mampu untuk membangkitkan minat konsumen untuk melakukan pembelian, dan konsumen berhak untuk memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk. Terlebih lagi seorang konsumen pastinya akan mempertimbangkan hal-hal yang menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Definisi kualitas produk sendiri menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 283), kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat

membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

### **Keputusan pembelian**

Seorang pembeli mungkin akan melakukan pembelian dengan bertindak dengan berbagai kendala. Banyak perusahaan memfokuskan pada kepuasan yang tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya pas mudah untuk berubah pikiran bisa mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelelahan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi. Para pembeli membentuk harapan mereka karena dipengaruhi oleh pengalaman pembelian merek sebelumnya. Proses keputusan konsumen dalam membeli atau mengkonsumsi produk dan jasa akan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh produsen dan lembaga lainnya, faktor perbedaan individu konsumen, faktor lingkungan konsumen.

Pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen akan memberikan pengetahuan kepada pemasar bagaimana menyusun strategi dan komunikasi pemasaran yang lebih baik. Konsumen dapat berperan sebagai 1)User adalah orang yang benar-benar (secara aktual) mengkonsumsi atau menggunakan produk atau mendapatkan manfaat dari produk atau jasa yang dibeli; 2)Payer, adalah orang yang mendanai atau membiayai pembelian; 3)Buyer, adalah orang yang berpartisipasi dalam pengadaan produk dari pasar (Tjiptono, 2005).

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli. Pengertian lain tentang Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2000: 437) adalah "*the selection of an option from two or alternative choice*". Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan.

Hipotesis merupakan hasil pemikiran rasional yang dilandasi oleh teori, dalil, hukum, dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya. Hipotesis juga dapat berupa pernyataan yang menggambarkan atau memprediksi hubungan-hubungan tertentu di

antara dua variabel atau lebih, yang kebenaran hubungan tersebut tunduk pada peluang untuk menyimpang dari kebenaran Sanusi (2011 : 44). Hipotesis pada penelitian ialah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian biji kopi pada REVACO ROASTERY.

### Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, lokasi penelitian di Komo Luar, Kec. Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara. Jenis data kuantitatif dengan populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya dan sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan studi kepustakaan. Berikut beberapa metode yang digunakan dalam menguji hipotesis dalam penelitian, uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), analisis ini digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Analisis Korelasi (R), analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara 2 atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Uji T tujuannya untuk melihat sejauh mana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

### Hasil Penelitian

#### Uji Validitas

Pada penelitian ini besar  $N=100$ , yaitu merupakan jumlah responden yang merupakan konsumen Revaco Roastory yang telah menjawab kuesioner yang sudah di bagikan, dengan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, maka dapat di hasil  $r_{tabel} = 0,196$ . Melalui tabel hasil penelitian dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan dari variabel Kualitas Produk dan variabel Keputusan Pembeli mempunyai nilai *Pearson Correlations*  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga seluruh butir pernyataan dari kuesioner dikatakan valid.

Dari hasil uji validitas variabel kualitas produk (X1.1)  $r_{hitung} > r_{tabel}$   $0,331 > 0,196$  sehingga dapat disimpulkan bahwa X1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Dan untuk varibel keputusan pembelian (Y1.1) dimana

$r_{hitung} > 0,342$  dari  $r_{tabel}$  0.196 sehingga dapat disimpulkan bahwa Y1 valid.

### Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X)	0,603	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,678	0,60	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variable memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan dari kuesioner variable produk, dan keputusan pembelian dinyatakan reliabel yang berarti bahwa kuesioner layak digunakan sebagai alat ukur.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstand. Coeff. B	Std. Error	Stand. Coeff. Beta	t	Sig
1 (Constant)	16,193	1,920		8,433	,000
Kualitas Produk	0,557	0,102	0,482	5,444	,000

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian  
Sumber : Olah Data SPSS 25 2021

Dari hasil analisis data menggunakan bantuan SPSS 25 dapat disimpulkan sebagai berikut :  $Y = 16,193 + 0,557$

- Nilai konstant sebesar 16,193, hal ini berarti jika diasumsikan variable kualitas produk (X1) sama dengan nol maka keputusan pembelian pada pembelian biji kopi di Revaco Roastory sebesar 16,193, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X) sebesar 0,557 ini berarti bahwa variabel kualitas produk (X) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian atau dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel kualitas produk (X) sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian pada pembelian biji kopi Revaco Roastory akan naik sebesar 0,557 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.

### Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R square	Std. Error of the Estimate
1	.482 <sup>a</sup>	.232	.224	2.853

Berdasarkan tabel dari hasil koefisien (R) sebesar 0,482, hal ini menunjukkan bahwa produk terhadap keputusan pembelian biji kopi revaco roastery mempunyai pengaruh yaitu 48,2%.

Hasil koefisien determinasi atau R *square* ( $R^2$ ) adalah 0,232 yang menunjukkan bahwa 23,2% keputusan pembelian biji kopi revaco roastery dipengaruhi oleh variable seperti kualitas produk, sisanya dipengaruhi oleh variable-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### Uji T Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstand. Coeff. B	Std. Error	Stand. Coeff. Beta	t	Sig
(Constant)	16,193	1,920		8,433	,000
Kualitas Produk	,557	,102	,482	5,444	,000

Variabel kualitas produk memiliki nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ , artinya signifikan. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  variable kualitas produk sebesar  $5,444 > 1,660 t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian pada pembelian biji kopi Revaco Roastery.

### Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pembelian biji kopi Revaco Roastery, akan dibahas sebagai berikut :

Dari hasil penelitian yang dilakukan lewat menyebarkan kuesioner di 100 responden maka hasilnya berdasarkan kategori jenis kelamin banyak pengguna dari laki-laki dengan proporsi 63%. Berdasarkan kategori usia, lebih banyak pengguna dari umur 20-30 tahun dengan proporsi 46%. Berdasarkan kategori pekerjaan dalam penelitian ini mayoritas responden dengan mahasiswa dengan proporsi 46%.

Dari frekuensi jawaban responden untuk variabel kualitas produk dapat dilihat bahwa 90 (18%) responden menjawab sangat setuju, 249 (50%) responden menjawab setuju, 73 (16,6%) responden menjawab ragu-ragu, 62 (13%) responden menjawab tidak setuju dan 6 (1,5%) responden menjawab sangat tidak setuju. Dan dari frekuensi jawaban responden untuk variabel keputusan pembelian dapat dilihat bahwa 103 (14,7%) responden menjawab sangat setuju, 418 (59,7%) responden menjawab setuju, 110 (15,72%) responden menjawab ragu-ragu, 67 (9,5%) responden menjawab tidak setuju dan 2 (2%)

responden menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil analisis regresi kualitas produk terhadap keputusan pembelian, hal ini dilihat dari hasil uji hipotesis (Uji T) yaitu  $5,444 > 1,660$  dimana artinya hipotesis diterima (valid). Pengaruh kualitas produk ini bersifat positif signifikan dengan nilai sig 0,000 artinya apabila kualitas produk semakin baik hal tersebut akan semakin menimbulkan atau mendorong terhadap keputusan pembelian biji kopi revaco roastery. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, Besarnya Adjust R Square ( $R^2$ ) adalah 0,232. Hasil perhitungan statistik ini berarti bahwa kemampuan variabel independent dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen sebesar 23,2%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor-faktor lain diluar model regresi yang dianalisis.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh ahli menurut Kotler dan Armstrong (2008;272) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan. Kualitas mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan bila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Brayen Panget (2018) dengan judul "Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat CV. Lion di Ternate". Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembeli Biji Kopi di Revaco Roastery (2) Revaco Roastery mampu memenuhi keinginan dari para pelanggan sehingga mampu mempertahankan Keputusan Pembeli Konsumen. Dari hasil perhitungan statistiknya dapat diambil kesimpulan bahwa kemampuan variabel independent dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen sebesar 23,2%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor-faktor lain diluar model regresi yang dianalisis. Dari hasil analisis regresi, pengaruh kualitas produk berpengaruh positif signifikansi dengan nilai sig 0,000. sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada pembelian biji kopi Revaco Roastery. Hal ini

menunjukkan semakin tinggi kualitas produk yang diberikan maka keputusan pembelian akan terus meningkat.

#### **Daftar Pustaka**

- Ferdinand A. T. 2014, *Metode Penelitian Manajemen, Edisi II*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Garvin dan Davis, A. (1994). *Management Quality*. New York: The Free Press.
- Kotler.P dan Amstrong. G. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta:Indeks.
- Kotler, P & Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. (terjemahkan oleh Bob Sabran). Edisi 13. Erlangga: Jakarta.
- Pangget, B. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV. LION di Ternate. *Jurnal Administrasi Bisnis*.  
<https://www.neliti.com/id/publications/269347/pengaruh-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-sepeda-motor-honda-beat-pa>
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid 2, PT Prenhalindo, Jakarta
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. (2000). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit.
- Sugiyiono, 2014. *Buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*.Alfabeta, Bandung .