
Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Kafe Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado

Chresilia Wado
J. A. F. Kalangi
Danny D. S. Mukuan

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Email:

Abstract. This study aims to determine the influences of product quality and price on purchasing decisions at Kafe Kopi Billy in Jl. Sam Ratulangi Koa Manado . This research used 100 respondents as sampels direct interviews with respondents by distributing questionnaires using a Likert scale. Quantitative analysis technique with multiple linear regression is used in this research. product quality correlation value states that the relationship between product quality and purchasing decisions is at a strong level.

The results of multiple linear regression analysis show that the direction of influence of product quality and price on purchasing decisions at Billy's Coffee House on Jl.Sam Ratulangi, Manado city, is unidirectional, which means it is positive.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kafe Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado. Penelitian ini menggunakan sampel yang berjumlah 100 responden, wawancara secara langsung ke responden dengan membagikan kuisioner dengan menggunakan sekala likert. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini. Nilai korelasi kualitas produk menyatakan bahwa hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian berada di tingkat yang kuat. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa arah pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl.Sam Ratulangi Kota Manado adalah searah yang artinya bersifat positif.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Zaman yang semakin maju berdampak pada perkembangan usaha dan bisnis salah satunya yaitu dibidang kuliner. Makanan dan minuman yaitu kebutuhan primer manusia yang mengakibatkan bisnis kuliner memiliki nilai lebih dibanding usaha jenis lainnya. Saat ini dikalangan remaja yang paling trend yaitu cafe dimana cafe tempat nongkrong asik bersama teman-teman.

Cafe atau kafe pada zaman modern ini menjadi salah satu tempat yang semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Semakin berkembangnya gaya hidup masyarakat dan bervariasinya kebutuhan konsumen akan

sesuatu serta diikuti kratifitas dan kemauan para pembuat kafe untuk menyediakan serta memenuhi kebutuhan masyarakat, hal ini menimbulkan kemudahan untuk para konsumen dalam menemukan tempat bersantai berbentuk kafe.

Banyaknya pelaku bisnis yang sama mengakibatkan persaingan yang terjadiantara para pebisnis itu sendiri akansemakin ketat sehingga memaksa mereka harus putar otak keras lagi untuk menyiapkan strategi yang tepat supaya pangsa pasar meningkat demi meningkatkan laba. Mereka menyiapkan strategi-strategi baru yang lebih menarik agar produk-produk yang diproduksi dapat diterima oleh konsumen. Para

pemasar harus bisa menawarkan produk kepada konsumen dan dapat menganalisis faktor-faktor yang menjadi dasar perilaku keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Kotler (2011:206) “keputusan pembelian adalah keputusan untuk membeli yang diambil oleh konsumen itu merupakan kumpulan dari sebuah keputusan”.

Usaha kuliner di Kota Manado saat ini sangat berkembang pesat. Dapat kita lihat disepanjang jalan di kota manado ada saja tempat wisata kuliner yang menarik untuk dikunjungi. Sebagian tempat kuliner yang banyak dikunjungi ialah yang berbentuk cafe, dimana pengunjung bisa lebih santai berlama-lama menghabiskan waktu dari rutinitas. Hal ini menjadi pendorong setiap cafe menyediakan fasilitas yang lengkap dan nyaman untuk pengunjung.

Berdiri sejak tahun 2006, Rumah Kopi Billy masih eksis di tengah kedai kopi modern. Selain tersedia aneka kue dan makanan, kopi merupakan menu terlaris di Kafe Kopi Billy, ini dikarenakan cara pembuatannya masih terbilang tradisional.

Orang-orang yang datang di Jalan Sam Ratulangi, Kota Manado khususnya di Kafe Kopi Billy memiliki alasannya sendiri, baik untuk bersantai sambil menikmati kopi, bertemu seseorang, bertransaksi, atau sekedar singgah. Perilaku yang ditunjukkan oleh pengunjung juga beragam. Jika ada pengunjung yang duduk sendirian, pengunjung itu biasanya hanya memesan secangkir kopi susu atau kopi hitam pahit atau manis, tergantung selera. Kemudian si pengunjung akan duduk diam selama berjam-jam sambil mengutak-atik handphone, membaca buku, merokok, atau kalau warung yang disinggahinya memiliki fasilitas internet wi-fi. Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian? Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian? Apakah kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian? Adapun tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, Untuk mengetahui pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian, Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian.

Tinjauan Pustaka **Kualitas Produk**

Kualitas merupakan faktor pemuas kebutuhan yang tidak lepas dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Menurut Kotler dalam (Roisah & Riana, 2016) menyatakan bahwa, “Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”.

Dari latar belakang masalah di atas, maka akan dilakukan suatu penelitian dengan Judul : “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Kopi Billy di Jl.Sam Ratulangi, Kota Manado”.

Menurut Tjiptono dalam (Kuspriyono, 2016) “Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)”.

Menurut Kotler dalam (Melyani, 2016) mengatakan “Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (core) produk itu sendiri”.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas suatu produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan oleh konsumen. Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain tampilan fisik produk, ukuran isi produk yang disajikan dan cita rasa produk.

Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong). Harga juga merupakan perkara yang tidak tentu dengan ditentukan. Harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang yang diridha'i oleh kedua belah pihak yang akad. Bisa disebut juga tsaman (harga sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk barang dagangannya).

Didalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai, dan utility adalah konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan utility yaitu suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan memuaskan konsumen (satisfaction). Value merupakan nilai dari suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter antara barang dengan barang. Akan tetapi sekarang ini ekonomi kita tidak dapat melakukan barter lagi, namun sudah menggunakan uang sebagai ukuran nilainya yang disebut harga. Jadi harga (price) yaitu nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Tjiptono berpendapat bahwa harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Sedangkan Basu Swastha dan Handoko berpendapat bahwa harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Kotler dan Keller berpendapat bahwa harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Kemudian Djaslim Saladin berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga dibentuk

oleh beberapa indikator antara lain keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses dimana seseorang mengambil keputusan untuk membeli atau tidaknya suatu produk dan jasa perusahaan dengan segala pertimbangan yang telah dilakukan.

Menurut Kotler & Armstrong dalam (Kuspriyono, 2016) "Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Konsumen bebas memilih produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya, memutuskan tempat pembelian, bagaimana caranya, banyak pembelian, kapan membeli, dan mengapa harus membeli".

Menurut Assauri dalam (Al rasyid & Tri Indah, 2015) "Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak, melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya".

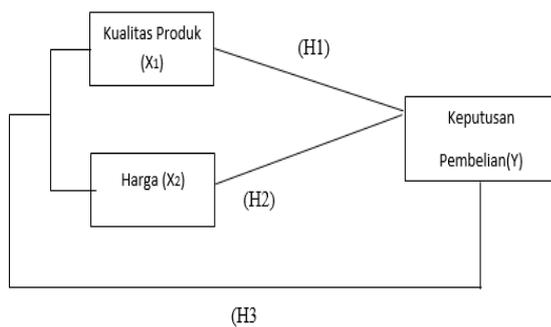
Menurut Sutisna dalam (Al rasyid & Tri Indah, 2015) "Keputusan pembelian merupakan pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang oleh Assael disebut need arousal".

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Adapun indikator keputusan pembelian yaitu Pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, Keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1 Kerangka Berpikir



Hipotesis

Berdasarkan uraian mengenai hubungan antara variabel X_1 dan X_2 dengan variabel Y maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah H1: Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. H2: Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. H3: Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kafe Kopi Billy Jl.Sam Ratulangi Kota Manado.

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel. Teknik pengumpulan data dengan membagikan kuisisioner dengan skala likert. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Instrumen
 - a. Uji validitas
 - b. Uji Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas
 - b. Uji Multikolinearitas
 - c. Uji Heteroskedastisitas
3. Teknik Analisis Data
 - a. Koefisien Korelasi Berganda
 - b. Analisis Regresi Linier Berganda
 1. Uji Determinasi
 2. Uji Parsial
 3. Uji Simultan

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Kuisisioner dalam penelitian ini dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya, item dikatakan tidak valid jika

nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05.

$$R_{tabel} = n - 2 = 100 - 2 = 98 = 0,1966$$

1. Uji Validitas Kualitas Produk

Rhitung $X_{1.1}$ adalah 0,697, $X_{1.2}$ adalah 0,791, dan $X_{1.3}$ adalah 0,777. Seluruh nilai Rhitung variabel kualitas produk (X_1) lebih besar dari nilai R_{tabel} 0,1966 sehingga seluruh kuisisioner variabel kualitas produk (X_1) dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Validitas Harga

Rhitung $X_{2.1}$ adalah 0,622, $X_{2.2}$ adalah 0,613, $X_{2.3}$ adalah 0,641 dan $X_{2.4}$ adalah 0,522. Seluruh nilai Rhitung variabel harga (X_2) lebih besar dari nilai R_{tabel} 0,1966 sehingga seluruh kuisisioner variabel harga (X_2) dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Validitas Keputusan Pembelian

Rhitung $Y.1$ adalah 0,616, $Y.2$ adalah 0,624, $Y.3$ adalah 0,718 dan $Y.4$ adalah 0,659. Seluruh nilai Rhitung variabel keputusan pembelian (Y) lebih besar dari nilai R_{tabel} 0,1966 sehingga seluruh kuisisioner variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, kuisisioner kemudian akan dikatakan reliabel jika $\alpha > 0,60$ dan sebaliknya dikatakan tidak reliabel jika $\alpha < 0,60$.

1. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Cronbach's Alpha kualitas produk (X_1) adalah 0,622, sehingga seluruh kuisisioner variabel kualitas produk (X_1) yang berjumlah 3 item kuisisioner dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas Harga

Cronbach's Alpha harga (X_2) adalah 0,711, sehingga seluruh kuisisioner variabel harga (X_2) yang berjumlah 4 item kuisisioner dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Cronbach's Alpha keputusan pembelian (Y) adalah 0,754, sehingga seluruh kuisisioner variabel keputusan pembelian (Y) yang berjumlah 4 item kuisisioner dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Jilka nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 5% atau 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal.

Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* < 5% atau 0,05 maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

Hasil dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 5% atau 0,540 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa penyebaran data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil dari nilai VIF < 10 atau 1,000 < 10 dan nilai Tolerance > 0,01 atau 1,000 > 0,01 sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari nilai sig kualitas produk (X1) adalah 0,402 atau 0,402 > 0,05 dan nilai sig harga (X2) adalah 0,228 > 0,05 atau -0,228 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Analisis Koefesien Korelasi

Correlations				
		Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	0,002	0,851
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,000
	N	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	0,002	1	0,710
	Sig. (2-tailed)	0,001		0,002
	N	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	0,851	0,710	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,002	
	N	100	100	100

Hasil: Olah data dengan SPSS 26, 2023

Pearson correlation kualitas produk (X1) adalah 0,851 sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian berada di tingkat yang kuat. Nilai *pearson correlation* harga (X2) adalah 0,710 sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara harga dan keputusan pembelian berada di tingkat yang kuat.

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		T
1	(Constant)	16,147	2,152		7,504	0,000
	Kualitas Produk (X1)	3,021	0,114	0,019	3,187	0,000
	Harga (X2)	2,010	0,103	0,010	3,097	0,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Hasil:

Olah data dengan SPSS 26, 2023

$$Y = 16,147 + 2,010 + 3,021 + e$$

Nilai konstanta sebesar 16,147, hal ini berarti jika diasumsikan variabel kualitas produk (X1) dan variabel harga (X2) sama dengan nol maka keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado akan tetap atau tidak berubah sebesar satu-satuan 16,147, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.

Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) sebesar 2,010 ini berarti bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian atau dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel kualitas produk (X1) sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado akan naik sebesar 2,010, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.

Nilai koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 3,021 ini berarti bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian atau dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel harga (X2) sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado akan naik sebesar 3,021, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.

Hasil Uji Determinasi (R2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,521 ^a	0,631	0,020	1,760

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Pada tabel di atas menunjukkan hasil bahwa nilai R Square adalah 0,631 sehingga dalam penelitian ini didapatkan hasil yaitu

kualitas produk dan harga berpengaruh sebesar 63,1% terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado dan sisanya yaitu sebesar 36,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= t(a/2; n-k-1) \\ &= t(0,05/2; 100-2-1) \\ &= 1,98397 \end{aligned}$$

Variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai probabilitas $0,001 < 0,05$, artinya signifikan. Sedangkan nilai Thitung variabel kualitas produk (X1) sebesar $3,097 > 1,98397$ T_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 "Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado" diterima dan terbukti benar.

Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari $0,001 < 0,05$. Nilai Thitung lebih besar dari T_{tabel} atau $2,225 > 2,00665$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga hipotesis yang berbunyi "Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Kopi Billy Kawasan Mega Mas Manado" dengan ini terbukti benar dan dapat diterima.

Uji Simultan

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= f(k; n-k) \\ &= f(2; 100-2) \\ &= 3,79 \end{aligned}$$

Variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari $0,000 < 0,05$.

Nilai Fhitung lebih besar dari F_{tabel} atau $3,722 > 3,09$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima sehingga hipotesis yang berbunyi "Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Kopi Billy Kawasan Mega Mas Manado" dengan ini terbukti benar dan dapat diterima dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil uji koefisien korelasi berganda menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas produk dan keputusan pembelian terjalin secara kuat kemudian hubungan anatara

variabel harga dan keputusan pembelian terjalin secara kuat.

Selanjutnya pada analisis regresi linier berganda ditemukan hasil bahwa model persamaan yang digunakan telah benar dengan hasil yang menunjukkan bahwa arah pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado adalah searah yaitu bersifat positif.

Uji Parsial yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa "kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado" dan "Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado" terbukti benar dan dapat diterima.

Uji Simultan yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa "Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado" terbukti benar dan dapat diterima.

Uji statistik yang dilakukan terakhir adalah uji determinasi dimana pada uji determinasi ini ditemukan hasil bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh sebesar 63,1% terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado dan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

1. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu atas nama Friani Gloria Igir, Jhony R. E. Tampi dan Henny Taroreh dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up, dengan hasil penelitian yaitu Harga secara parsial positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobilkedua variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mempunyai hubungan yang positif. Hubungan tersebut mengindikasikan bahwa variabel kualitas produk dan harga mempunyai hubungan yang baik terhadap keputusan pembelian.

2. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu atas nama Riska Asnawi Nyonyie, J.A.F Kalangi, Lucky F. Tamengkel (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik

Wardah di Transmart Bahu Manado dengan hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh yang terbilang cukup kuat yang menyatakan adapengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dipenelitian ini.

Simpulan

Melihat hasil penelitian dan pembahasan yang ada kemudian peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado, harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado, kemudian kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado.

Pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado adalah sebesar 63,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Amstrong dan Kotler (2003), Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Buchari, A. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Fandy Tjiptono, G.C. (2017). Pemasaran Strategik Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P Dan Amstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. (2009). Manajemen Penjualan. Yogyakarta: BPFE.

- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). Service Management Meningkatkan Layanan Prima. Jakarta: Andi.
- Friani Gloria Igir, Jhony R. E. Tampi dan Henny Taroreh (2018) Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang)
- Riska Asnawi Nyonyie, J.A.F Kalangi, Lucky F. Tamengkel (2019) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado.