

Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Panca Asri Sentosa

Penulis:

Alfendo Louis¹
 Dandy Chandra²
 Rosinta Romauli
 Situmeang³
 Sihol Situngkir⁴

Afiliasi:

Universitas Prima
 Indonesia^{1,2,3}
 Universitas LIA⁴

Korespondensi:

rosinta
 romaulisitumeang@ya
 hoo.co.id.

Histori Naskah:

Submit: 05-11-2023
 Accepted: 05-11-2023
 Published: 06-11-2023

Abstrak: Peneliti mengambil objek penelitian pada PT. Panca Asri Sentosa, disebabkan terjadinya penurunan keputusan pembelian dari pelanggan. Keputusan pembelian merupakan reaksi seseorang atas suatu produk yang ditawarkan. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan merupakan salah satu penyebab menurunnya keputusan pembelian. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Sesuai dengan tujuan penelitian maka sifat penelitian ini adalah Deskriptif Explanatory. Populasi yang digunakan adalah pelanggan perusahaan sebanyak 133 orang dan sampel penelitian ini berjumlah 100 orang yang didapat dari rumus Slovin. yang digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas adalah sebanyak 30 orang pelanggan pada perusahaan yang sama. Hasil analisis regresi linear menunjukkan Keputusan Pembelian = $4.724 + 0.298 \text{ Harga} + 0.763 \text{ Kualitas Produk} + 0.125 \text{ Kualitas Pelayanan}$. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial dan simultan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Panca Asri Sentosa. Nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0.635 yang berarti mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 63.5% dan sisanya sebesar 36.5% merupakan pengaruh dari variabel independen lain.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan ,Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Latar Belakang

Kopi saat ini sudah menjadi salah satu kebutuhan dari masyarakat dimana banyak sekali konsumen yang meminum kopi guna untuk meningkatkan semangat kerjanya sampai dengan menjadi gaya hidup mereka. Para penikmat kopi saat ini sangat berkembang pesat dimana para konsumen akan berusaha mencari dan mencoba setiap kopi yang ada untuk mendapatkan rasa yang pas dan di inginkan oleh konsumen tersebut. PT. Panca Asri Sentosa merupakan salah satu distributor biji kopi, baik dapat berbentuk biji kopi maupun sudah di olah menjadi halus. Perusahaan saat ini mengalami masalah dimana keputusan pembelian konsumen akan produk kopi yang ditawarkan menjadi merun yang hal ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Data Persentase Pencapaian Penjualan pada PT. Panca Asri Sentosa Tahun 2021

Bulan	Target Perusahaan (Rupiah)	Realisasi Penjualan (Rupiah)	Pencapaian Target (%)
Januari	1,200,000,000	1,073,115,750	89.43%
Februari	1,200,000,000	1,030,134,250	85.84%
Maret	1,200,000,000	1,045,385,750	87.12%
April	1,200,000,000	1,029,441,000	85.79%
Mei	1,200,000,000	998,244,750	83.19%
Juni	1,200,000,000	971,215,050	80.93%

Juli	1,200,000,000	1,038,989,050	86.58%
Agustus	1,200,000,000	943,038,550	78.59%
September	1,200,000,000	1,037,031,500	86.42%
Oktober	1,200,000,000	1,061,544,350	88.46%
November	1,200,000,000	1,017,362,000	84.78%
Desember	1,200,000,000	1,039,903,200	86.66%

Penjualan pada PT. Panca Asri Sentosa dapat dilihat bahwa seringkali perusahaan mengalami ketidakcapaian target. Penjualan yang rendah tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya harga yang terlalu tinggi. Harga diduga mengalami masalah di mana PT. Panca Asri Sentosa menjual produk kopi dengan harga yang cukup tinggi di bandingkan dengan pesaingnya. Sehingga penjualan produk tersebut menurun dan juga hal ini dapat mempengaruhi penjualan dari produk tersebut dimana pelanggan dapat beranggapan bahwa produk yang di tawarkan PT. Panca Asri Sentosa ini terlalu mahal Kualitas produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang dimana kualitas produk yang baik akan membuat konsumen menjadi puas sehingga akan membuat konsumen menjadi semakin tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Namun, PT. Panca Asri Sentosa dianggap memiliki kualitas biji kopi yang kurang baik dimana ada beberapa konsumen merasa kopi yang ditawarkan tidak memiliki wangi kopi yang kuat dan juga mudahnya kopi menjadi bau yang kurang sedap membuat konsumen menjadi kurang tertarik akan kopi yang ditawarkan perusahaan dan memilih membeli dari perusahaan lain. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Panca Asri Sentosa dianggap kurang baik oleh pelanggan dimana pelanggan merasa karyawan dari PT. Panca Asri Sentosa kurang mengetahui produk yang ditawarkan sehingga membuat pelanggan menjadi sulit untuk berkomunikasi selain itu. Karyawan PT. Panca Asri Sentosa sering tidak melakukan visit ke toko maupun cafe untuk menawarkan produk dan hanya mengandalkan telfon sehingga konsumen merasa kurang jelas akan produk tersebut yang berujung pada konsumen menjadi memilih produk yang lain

Studi Literatur

Harga

Menurut Abubakar (2018:40), harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya..

Menurut Abubakar (2018:47), indikator harga adalah :

1. Tarif,
2. Kesesuaian diskon,
3. Promo harga,
4. Harga sangat sesuai kualitas,
5. Harga sangat murah

Teori Kualitas Produk

Menurut Suprpto & Azizi (2020:20), Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut dan fitur produk.

Menurut Firmansyah (2018:66), ada 3 indikator untuk Pengetahuan Produk yaitu:

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk,
2. Pengetahuan tentang manfaat produk,
3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi pelanggan

Kualitas Pelayanan

Menurut Alma (2018:296), Kualitas Jasa adalah semacam tingkat kemampuan suatu jasa dengan segala atributnya yang secara riil disajikan sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2013:9), terdapat 4 indikator yang dikenal dengan istilah SERVQUAL (*Service Quality*) yaitu :

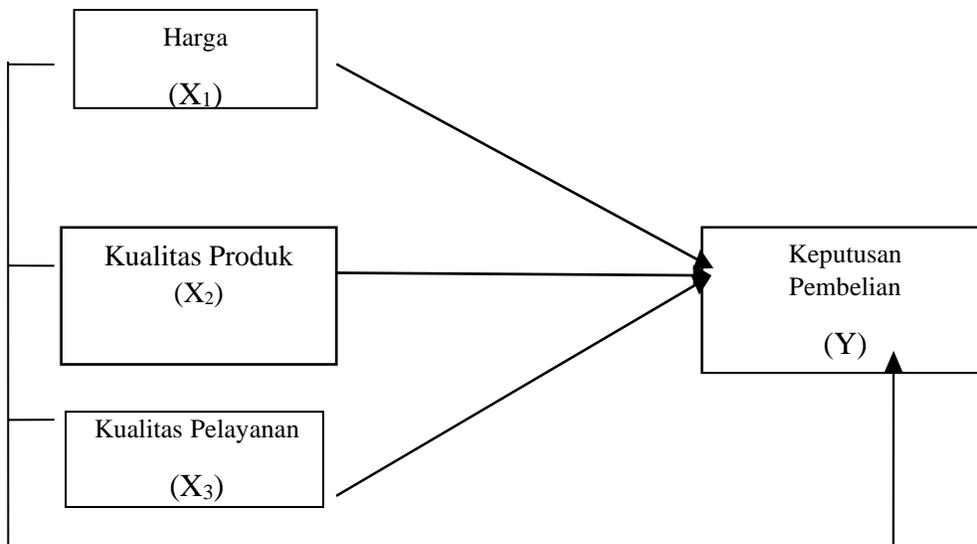
1. Bukti fisik (*Tangibles*),
2. Daya Tanggap,
3. Jaminan,
4. Empati

Keputusan Pembelian

Menurut Hasan (2016 : 131) konsep perilaku pelanggan menjelaskan keputusan pembelian pelanggan, setelah mereka mengemukakan persepsinya tentang nilai Menurut Firmansyah (2018:37), Konsumen diharapkan memunculkan keputusan untuk membeli. Ada beberapa struktur yang mempengaruhi konsumen sebagai berikut:

1. Keputusan Tentang Jenis Produk
2. Keputusan Tentang Karakteristik Produk
3. Keputusan Tentang Penjualan
4. Keputusan Tentang Jumlah Produk Keputusan Tentang Waktu Pembelian

Kerangka Konseptual



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Hipotesis pada penelitian ini adalah :

H₁ : Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Panca Asri Sentosa

H₂: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Panca Asri Sentosa

H₃: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Panca Asri Sentosa

H₄: Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Panca Asri Sentosa

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Sifat penelitian pada penelitian ini adalah *Explanatory Research*.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Panca Asri Sentosa dari bulan Januari s.d. Desember 2021 berkisar diantara 133 pelanggan. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Menurut Siregar (2014:149), peneliti menggunakan rumus *Slovin* dalam penarikan sampel

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{133}{1 + (133 \times 0.05^2)} = 99,8123 = 100$$

n = Ukuran sampel.

N = Populasi.

e = Batas Toleransi Kesalahan

Hasil perhitungan sampel setelah hasil pembulatan diperoleh sampel sebanyak 100 Pelanggan dan untuk pengujian validitas dan reliabilitas akan diambil 30 pelanggan diluar dari sampel yang digunakan dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012 : 194), teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan metode kuesioner, wawancara dan juga studi dokumentasi kepada pelanggan. Menurut Sugiyono (2012 : 194), sumber data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yakni data primer dan data sekunder

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel

Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji valid digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner, dimana suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Untuk mengukur data tersebut valid atau tidak dapat dilihat dari hasil *Pearson Correlatio* tidak di bawah 0,361 dan signifikan berada di bawah 0,05.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), *reliabilitas* adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pengujian dengan menggunakan grafik dapat dilakukan dengan dua cara yaitu pengujian grafik Histogram dan Pengujian grafik Normal *Probability Plot*. Sedangkan untuk pengujian statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*.

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018:107), pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor/ VIF*), < 5 dan nilai Tolerance > 0,1.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya terjadi Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot* dan juga dengan pengujian dengan menggunakan statistik yaitu dengan menggunakan uji *Glejser* dengan kriteria yaitu apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Model Analisis Data Penelitian

Model pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Menurut Ghozali (2018:96), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan independen. Rumus nya adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Koefisien Determinasi Hipotesis

Menurut Ghozali (2016 : 95), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel independen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen

Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Menurut Ghozali (2018:96), uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas(independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dilakukan dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima dan sebaliknya.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (t)

Menurut Ghozali (2018:97), Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan. Menurut Ghozali (2013:99), untuk mengetahui hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ hipotesis diterima.

Hasil

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil Analisa Statistik Deskriptif

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.724	2.440		1.936	.056		
Harga	.298	.068	.298	4.415	.000	.808	1.237
Kualitas_Produk	.763	.093	.577	8.232	.000	.750	1.333
Kualitas_Pelayanan	.125	.059	.135	2.134	.035	.916	1.091

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
 Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.724	2.440		1.936	.056		
	Harga	.298	.068	.298	4.415	.000	.808	1.237
	Kualitas_Produk	.763	.093	.577	8.232	.000	.750	1.333
	Kualitas_Pelayanan	.125	.059	.135	2.134	.035	.916	1.091

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Pengujian Hipotesis Uji-F

Hasil Uji-F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1294.358	3	431.453	58.314	.000 ^b
	Residual	710.282	96	7.399		
	Total	2004.640	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga, Kualitas_Produk

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Pengujian Hipotesis Uji-t

Hasil Uji-t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.724	2.440		1.936	.056		
	Harga	.298	.068	.298	4.415	.000	.808	1.237
	Kualitas_Produk	.763	.093	.577	8.232	.000	.750	1.333
	Kualitas_Pelayanan	.125	.059	.135	2.134	.035	.916	1.091

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Pembahasan

Dari Tabel III.1 dapat dilihat bahwa jumlah data yang digunakan adalah sebanyak 100 orang yang merupakan pelanggan PT. Panca Asri Sentosa, Variabel harga memiliki nilai minimum 18 dan nilai maksimum 40 dengan mean 30.4600 dan standar deviasi 4.50459. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai minimum 11 dan nilai maksimum 28 dengan mean 22.65 00 dan standar deviasi 3.40343. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai minimum 13 dan nilai maksimum 38 dengan nilai mean 27.7100 dan standar deviasi 4.86857. Variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai minimum 17 dan nilai maksimum 42 dengan nilai mean 34.5600 dan standar deviasi 4.49988. Dari tabel III.2, dapat diketahui nilai persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Keputusan Pembelian} = 4.724 + 0.298 \text{ Harga} + 0.763 \text{ Kualitas Produk} + 0.125 \text{ Kualitas Pelayanan}$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 4.724 artinya jika tidak terdapat variabel Harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3), maka kualitas pelayanan akan bernilai sebesar 4.724 satuan.
2. Variabel harga (X_1) sebesar 0,298 yang bernilai positif, artinya bahwa setiap peningkatan variabel harga sebesar 1 satuan, maka nilai pada kualitas pelayanan akan meningkat sebesar 0,298 satuan dengan asumsi bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan tetap.
3. Variabel kualitas produk (X_2) sebesar 0,763, yang bernilai positif, artinya bahwa setiap kenaikan variabel kualitas produk sebesar 1 satuan, maka nilai pada keputusan pembelian akan naik sebesar 0,763 satuan dengan asumsi bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan tetap.
4. Variabel kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0.125, yang bernilai positif, artinya bahwa setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka nilai pada keputusan pembelian akan menurunkan sebesar 0.125 satuan dengan asumsi bahwa variabel harga dan kualitas produk tetap.

Pada Tabel III.3, diperoleh F_{hitung} sebesar 58.314 sedangkan pada $\alpha = 0,05$ diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70 dari hasil ini diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Pada Tabel IV. 15, hasil uji parsial diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai t_{hitung} 4.415 $>$ t_{tabel} 1,98472 atau nilai Sig t (0,000) $<$ α (0,05). Dengan demikian, X_1 berpengaruh terhadap Y .
2. Nilai t_{hitung} 8.232 $>$ t_{tabel} 1,98472 atau nilai Sig t (0,000) $>$ α (0,05). Dengan demikian, X_2 berpengaruh terhadap Y .
3. Nilai t_{hitung} 2.134 $>$ t_{tabel} 1,98472 atau nilai Sig t (0,035) $<$ α (0,05). Dengan demikian, X_3 berpengaruh terhadap Y .

Kesimpulan

1. Pengujian harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Panca Asri Sentosa
2. Pengujian kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Panca Asri Sentosa
3. Pengujian kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Panca Asri Sentosa
4. Pengujian harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh dan signifikan terhadap Kinerja karyawan (Y) keputusan pembelian (Y) pada PT. Panca Asri Sentosa

Referensi

- Amalia, Rizki & Aprianti, Ine. 2021. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dealer Yamaha Deta Group Cabang Merdeka Bandung*. Fakultas Ekonomi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta.
- Fauzi, Azmi & Sarlo, Kurniawan. 2019. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda pada PT. Hamsa Tour and Travel (Studi kasus Pada Pembelian Tiket Medan- Jakarta)*. Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran) (Pertama)*. Grup Penerbit CV Budi Utama.
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan. In *Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4471-4315-4>
- Ghozali, Imam. 2016. *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Universitas Diponegoro. Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran Jilid 1*. In *Jakarta*.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Cetakan Kedua Puluh Tiga. Bandung: Alfabeta.
- . 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Kedua Puluh Dua. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E. M. dan S. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Salemba.
- Setiadi, D. N. J. (2010). *Perilaku Konsumen (Keempat)*. Kencana Pernada Media Group.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2014. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta. ANDI. <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-1>