

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian roti di Borneo Bakery Kota Kupang. Dalam perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif, khususnya pada sektor industri makanan dan minuman, perusahaan dituntut untuk mampu memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam. Persaingan yang semakin ketat, meningkatnya jumlah usaha sejenis, serta perubahan selera dan gaya hidup masyarakat menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif dalam memilih produk. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengelola kualitas produk dan penetapan harga secara tepat agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Produk yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang. Dalam konteks produk roti, kualitas tidak hanya dilihat dari segi rasa, tetapi juga mencakup kesegaran produk, tekstur, aroma, tampilan, serta inovasi produk. Selain kualitas produk, harga juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian. Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Konsumen akan membandingkan harga dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. Jika harga dianggap sesuai dengan kualitas produk, maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli roti di Borneo Bakery Kota Kupang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala interval 1 sampai 10. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan harga (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi menunjukkan persamaan $Y = 2,512 + 0,266X_1 + 0,390X_2$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,266 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,266 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien regresi harga sebesar 0,390 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,390 satuan.

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar 3,274 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,661 serta nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis pertama yang menyatakan adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima. Selain itu, hasil uji t juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar 4,107 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,661 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis kedua yang menyatakan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian juga diterima.

Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F-hitung sebesar 22,868 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,704 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan adanya pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian diterima.

Koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,315 menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mampu menjelaskan sebesar 31,5% variasi keputusan pembelian konsumen, sedangkan sisanya sebesar 68,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian Borneo Bakery