

---

## Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

(Survei pada konsumen Lawang *Coffee* di Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya)

Gilang Permana<sup>1</sup>, Budhi Wahyu Fitriadi<sup>2</sup>, Depy Muhamad Pauzy<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

E-mail: gilangpermana2626@gmail.com

---

### Article History:

Received: 01 November 2022

Revised: 30 November 2022

Accepted: 30 November 2022

**Keywords:** *Product Quality, Promotion and purchasing decisions*

**Abstract:** *This study aims to determine and analyze the effect of product quality and promotion on purchasing decisions (a survey of Lawang Coffee consumers in Leuwisari, Tasikmalaya), both partially and simultaneously. The method used in this research is descriptive analysis method with a causal quantitative survey approach. The population studied were 100 respondents. The data collected in the form of secondary and primary data. Data analysis in this study using Multiple Regression Analysis using SPSS software version 25. The results of this study indicate that product quality and promotion simultaneously affect purchasing decisions at Lawang Coffee in Leuwisari District. Product quality partially influences purchasing decisions at Lawang Coffee in Leuwisari District. Promotion partially affects purchasing decisions at Lawang Coffee in Leuwisari District.*

---

## PENDAHULUAN

Seiring berjalannya perkembangan zaman yang semakin modern ini membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan masing-masing. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu diluar rumah untuk melepas penat karena kesibukan pekerjaan yang padat, biasanya mereka sering mengunjungi tempat-tempat kedai kopi. Kini masyarakat menjadikan kedai kopi tidak lagi hanya untuk menikmati secangkir kopi dan suasana yang nyaman, melainkan tempat untuk melakukan berbagai aktivitas seperti untuk mengerjakan tugas, bertemu dengan kerabat dekat, teman, mitra bisnis ataupun sekedar *refreshing* diri dari aktivitas seharian.

Usaha kedai kopi merupakan salah satu ide bagus untuk memulai bisnis, karena Indonesia sendiri merupakan negara yang menghasilkan kopi dengan jumlah ketiga terbesar di dunia. Tidak heran jika negara Indonesia memiliki jumlah jenis kopi arabika atau tradisional terbanyak di dunia. Menurut Blog Gramedia Digital yang di *publish* oleh Ricky Atthariq (2021) terdapat tiga jenis kopi dan karakteristiknya yang terkenal yaitu kopi arabika, kopi liberika dan kopi robusta yang ternyata mencuri perhatian kalangan penikmat kopi dunia.

Kebutuhan dan keinginan konsumen akan barang dan jasa berkembang dari masa ke masa dan mempengaruhi perilaku mereka dalam pembelian produk. Kualitas produk memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan karena apabila kualitas produknya bagus, konsumen akan

melakukan pembelian pada produk tersebut.

Dibawah ini dapat diketahui dari data pengunjung selama 3 bulan pada tahun 2022. Untuk lebih jelasnya penulis tampilkan dalam tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1. Rata-rata Pengunjung Lawang *Coffee* di Kecamatan Leuwisari Selama 3 Bulan dari Bulan Februari 2022 – April 2022**

Minggu	Rata-rata Pengunjung	Keterangan
<b>Februari</b>		
1	154 orang	
2	175 orang	+12%
3	147 orang	-19%
4	168 orang	+12,5%
<b>Maret</b>		
1	182 orang	+7%
2	168 orang	-8%
3	147 orang	-14%
4	140 orang	-5%
<b>April</b>		
1	152 orang	+7%
2	148 orang	-2%
3	166 orang	+10%
4	158 orang	-5%
<b>Total</b>	<b>1.905 orang</b>	
<b>Rata-rata Perminggu</b>	<b>158,75 orang</b>	

Sumber: Lawang *Coffee* (diolah oleh penulis pada Tahun 2022)

Berdasarkan hasil Tabel 1.2 maka dapat diketahui pada bulan Februari minggu ke 1 rata-rata pengunjung Lawang *Coffee* 154 orang, kemudian pada minggu ke 2 mengalami kenaikan menjadi 175 orang, dilanjut pada minggu ke 3 mengalami penurunan menjadi 147 orang, dilanjut pada minggu ke 4 mengalami kenaikan menjadi 168 orang. Dilanjut pada bulan Maret minggu ke 1 mengalami kenaikan menjadi 182 orang, dilanjut pada minggu ke 2 mengalami penurunan menjadi 168 orang, dilanjut pada minggu ke 3 mengalami penurunan menjadi 147 orang, dan berlanjut pada minggu ke 4 mengalami penurunan menjadi 140 orang. Dilanjut pada bulan April minggu ke 1 mengalami kenaikan menjadi 152 orang, dilanjut pada minggu ke 2 mengalami penurunan menjadi 148 orang, dilanjut pada minggu ke 3 mengalami kenaikan menjadi 166 orang, dan berlanjut pada minggu ke 4 mengalami penurunanan menjadi 158 orang.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Produk

Menurut *American Society* dalam buku Kotler dan Keller (2016:156) pengertian kualitas produk sebagai berikut:

“*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*”. Artinya kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang merupakan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

### Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2016:47):

“Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya”.

### Perilaku Konsumen

Menurut Gunawan dalam Awaliyah (2017:14) menyatakan:

“Suatu studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi atau lembaga memilih. Membeli, menggunakan dan membuang barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen”.

### **Keputusan Pembelian**

menurut Machfoedz (2013:44) pengertian keputusan pembelian sebagai berikut:

“Keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan”.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan survei kuantitatif kausalitas. Pada rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. (Sugiyono, 2013:12).

Sedangkan metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data tersebut yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian *relative*, distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. (Sugiyono, 2014:7).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 25 yang terdapat pada (lampiran 9 hal 130) diperoleh  $R^2$  (koefisien determinasi) sebesar 0,613, artinya dari angka tersebut dapat dicari besarnya koefisien determinasi yang menunjukkan pengaruh antara Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian sebanyak 61,3%.

Untuk mengetahui nilai signifikan pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dilakukan uji F. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 25 diperoleh nilai F hitung sebesar 76,796 dengan nilai Sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ). Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Hal ini berarti Kualitas Produk dan Promosi secara Simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Lawang *Coffee* kecamatan Leuwisari.

Dengan demikian kualitas produk dan promosi merupakan suatu unsur penting dalam rencana manajemen pemasaran perusahaan dalam meningkatkan keputusan pembelian. Konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh Lawang *Coffee* karena kualitas produk dan promosi yang dilakukan adalah faktor yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian. Konsumen akan memutuskan kedai kopi mana yang menawarkan produk secara menarik, disinilah peran kualitas produk dan promosi mampu meyakinkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Produk secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian di Lawang *Coffee***

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh Kualitas Produk secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian dilihat dengan cara membandingkan t tabel dan t hitung. Hasil perhitungan

memberikan nilai  $t_{hitung} = 3,310$  dan  $t_{tabel} = 1,660$ , maka nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,310 > 1,660$  atau dapat dilihat dari nilai sig.  $0,001$  hasil perhitungan SPSS versi  $25 > 0,05$  (terdapat lampiran 9 hal 130). Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

Atas pernyataan di atas maka dapat diinterpretasikan bahwa Lawang *Coffee* memberikan dan meningkatkan Kualitas Produk yang akan memberikan nilai positif kepada konsumen dengan memberikan kualitas produk yang lebih baik.

### **Pengaruh Promosi Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian di Lawang *Coffee***

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh Promosi secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian dilihat dengan cara membandingkan  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$ . Hasil perhitungan memberikan nilai  $t_{hitung} = 6,037$  dan  $t_{tabel} = 1,660$ . Maka nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $6,037 > 1,660$ , atau dapat dilihat dari nilai sig.  $0,000$  hasil perhitungan SPSS versi  $25 < 0,05$  (terdapat pada lampiran 9 hal 130). Dengan demikian tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ , yang berarti Promosi secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Lawang *Coffee*.

Maka dapat disimpulkan bahwa Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian apabila promosi dilakukan dan ditingkatkan dengan baik, maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Lawang *Coffee* di Kecamatan Leuwisari, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk di Lawang *Coffee* di kecamatan Leuwisari termasuk pada klasifikasi sangat baik, hal tersebut dikarenakan keputusan pembelian didasari dengan adanya pengaruh kualitas produk di Lawang *Coffee* di kecamatan Leuwisari dapat diterima oleh konsumen. Promosi di Lawang *Coffee* di kecamatan Leuwisari termasuk pada klasifikasi sangat baik, hal tersebut berarti promosi yang dilakukan oleh pihak Lawang *Coffee* di kecamatan Leuwisari selama ini sangat diterima dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan bahwa Kualitas Produk dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Lawang *Coffee*.
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Lawang *Coffee*. Artinya semakin baik Kualitas Produk akan meningkatkan Keputusan Pembelian di Lawang *Coffee*.
4. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan bahwa Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Lawang *Coffee*. Artinya dengan melakukan promosi yang sangat baik akan meningkatkan keputusan pembelian di Lawang *Coffee*.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.” *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1(01):1–14. doi: 10.37366/ekomabis.v1i01.2.
- Dahliani, Yani, dan Rohmat Hasanul Ahwal. 2021. “Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 2(1):181–90.

- Ernawati, Diah. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung." *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)* 7(1):17. doi: 10.20527/jwm.v7i1.173.
- Ernestivita, Gesty. 2016. "Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucoriners Central Gani Cabang Kediri." *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 1(2):10–20. doi: 10.29407/nusamba.v1i2.455.
- Fetrisen, dan Nazaruddin Aziz. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia." *OSF Preprints* 1:1–9.
- Gerung, Christy Jacklin, Jantje Sepang, dan Sjendry Loindong. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 5(2):2221–29.
- Indrawan, Bisma, dan Rina Kaniawati Dewi. 2020. "Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017." *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 4(1):78–87. doi: 10.37339/e-bis.v4i1.239.
- Irawan, Indra Ade. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 7(1):17–32.
- Jackson R.S. Weenas. 2013. "Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta." *Jackson R.S. Weenas - 1(4):607–18*. doi: 2303-1174.
- Octhaviani, Shisillia, dan Hendra Jonathan Sibarani. 2021. "Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna Aplikasi Grab Food Di Kota Medan. *Economic, Accounting, Management and Business* 4(3):521–28.
- Petricia, Diana, dan Syahputra. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Progo Bandung)." *Jurnal Ekonomi* 2(2):2117–24.