

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Yoshinoya Sun City Sidoarjo

Oleh:

Anfasa Wahyu Mahesa

Kumara Adji Kusuma

Progam Studi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Agustus, 2024



Pendahuluan

Makanan adalah salah satu kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi, sehingga salah satu sektor jasa yang berkembang paling cepat adalah sektor makanan. bersamaan dengan pertumbuhan industri makanan ini. menu dan pilihannya terus bertambah, dari hidangan rumahan hingga restoran dengan banyak menu unik. Ketertarikan ini terutama disebabkan oleh mobilitas masyarakat perkotaan yang semakin cepat dan mudah, yang didukung oleh kesibukan keluarga di luar rumah yang menyebabkan tidak sempat memasak.

Yoshinoya, merupakan restoran cepat saji jepang yang dibuka di Jakarta pada tahun 1994 di bawah PT Yoshindo Pakarguna, tutup pada tahun 1998 karena masalah keuangan. Pada bulan Juli 2010, Yoshinoya kembali ke Jakarta, membuka rumah makan pertamanya di Grand Indonesia [1]. Tidak kalah dengan restoran yang lainnya, Yoshinoya menyajikan menu makanan khas jepang yang memiliki varian menu sesuai dengan minat masyarakat Indonesia.

Peringkat	Nama Restoran
1	KFC
2	McDonald's
3	Pizza Hut
4	Burger King
5	Subway
6	A&W
7	Starbucks
8	Domino Pizza
9	Yoshinoya
10	Marugame Udon

Tabel 1.1 10 Restoran Cepat Saji di Indonesia yang Terkenal dengan Kualitasnya Tahun 2023

Sumber : <https://fnbpreneur.id/restoran-cepat-saji/>

Berbeda dengan restoran fast food lainnya yang menyajikan masakan Amerika dan Italia, Yoshinoya merupakan restoran cepat saji yang menyajikan makanan khas Jepang. Menu unggulan yang disajikan adalah beef yakiniku, teriyaki, beef black pepper, dan masih banyak lagi. Yoshinoya sangat identik dengan sajian makanan khas Jepang dalam mangkuk, atau dikenal sebagai rice bowl. Rasa otentik Jepang yang ada, membuat banyak pelanggan ketagihan untuk menikmati masakan Yoshinoya.

Yoshinoya Indonesia tersedia di lebih dari 140 lokasi di seluruh Indonesia.

RESEARCH GAP

Salah satu komponen kunci dari bauran pemasaran adalah harga. Dalam teori ekonomi, harga adalah nilai moneter yang setara dengan nilai suatu barang atau jasa [3]. Hal ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I. Noviyanti, D. Sunarsi, dan H. Wijoyo [4], berbeda dengan peneliti F. Nuraini dan I. Novitaningtyas [5] menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena banyak konsumen yang tidak mempertimbangkan hal tersebut saat melakukan pembelian.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas produk. Kualitas produk merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen setelah membeli dan memanfaatkan suatu produk. Bagi perusahaan makanan, kualitas produk adalah isu paling penting untuk dipertimbangkan. Karena kualitas suatu produk mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini juga sejalan atau mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap apa yang dilakukan oleh peneliti P.D. Putri, D. Novitasari, T. Yuwono, dan M. Asbari [6], berbeda dengan peneliti A. Rachmawati, A. Agus Kana, dan Y. Anggarini [7] bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan dalam keputusan pembelian karena konsumen tidak mempertimbangkan kualitas produk sebagai alasan utama untuk membeli produk.

Upaya suatu perusahaan dalam memuaskan pelanggan dapat dikategorikan sebagai kualitas pelayanan. Dalam hal ini pelayanan diartikan sebagai pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa dalam bentuk kecepatan, kemudahan, hubungan baik, atau keramahan. Menurut penelitian D. Kurniasih dan E. Elizabeth [8] kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen karena secara terus menerus menjunjung tinggi dan meningkatkan standar pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan selalu siap bereaksi dengan cepat terhadap kebutuhannya, khususnya ketika menyelesaikan keluhan apa yang terjadi dengan pelanggan. Berbeda dengan penelitian A. D. Cahya, R. Andrian, R. C. Ramadhani, dan E. Dwijayanti [8] menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- **Rumusan Masalah**

Yoshinoya merupakan perusahaan kuliner dari Jepang yang memiliki konsumen cukup banyak di Indonesia. Namun konsumen memiliki preferensi berbeda-beda terkait dengan keputusan pembelian diantaranya harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dalam hal ini penelitian ini meneliti hubungan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Yoshinoya Sun City Sidoarjo.

- **Pertanyaan Penelitian**

1. Apakah harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Yoshinoya Sun City Sidoarjo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Yoshinoya Sun City Sidoarjo?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Yoshinoya Sun City Sidoarjo?

Kategori SDGs : Penelitian ini tergolong SDGs ke 8 meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang lebih berkelanjutan.

Tinjauan Literatur

- **Harga**

J. Ismanto(2020:68) [3] menyatakan bahwa harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang mempunyai pengaruh signifikan. Menurut teori ekonomi, harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter, seperti “rupiah” di negara kita.

Menurut Kotler (2008:345) dalam [9], ada lima indikator yang menentukan harga:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan keuntungan
5. Harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

• **Kualitas Produk**

Pengertian kualitas produk dalam penelitian ini didasarkan pada hipotesis yang diajukan oleh [10]. Kualitas produk terkait erat dengan kepuasan pelanggan, yang merupakan tujuan operasi pemasaran. Menurut Kotler dan Keller dalam (Cahyani & Sitohang, 2016) [11] Indikator berikut digunakan untuk mengukur secara operasional variabel kualitas produk.

Bentuk, Fitur, Kinerja, Kesan kualitas, Daya Tahan, Keandalan, Kemudahan perbaikan, Gaya dan Desain

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan, menurut Tjiptono (2011) dalam Dr. Meithiana Indrasari (2019)[9], didefinisikan sebagai keadaan yang selalu berubah yang berkaitan dengan produk, layanan, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan, dan setidaknya dapat memenuhi atau bahkan memenuhi kebutuhan pelanggan melebihi kualitas layanan yang diharapkan.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:182) dalam Dr. Meithiana Indrasari (2019) [9], ada beberapa dimensi atau karakteristik yang diperlukan untuk menentukan kualitas layanan, yaitu:

1. Berwujud
2. Keandalan
3. Ketanggapan
4. Jaminan dan kepastian
5. Empati

Keputusan Pembelian

Menurut (Tjiptono, 2014: 21) dalam Mendur, N. Tawas, dan V. Arie [12], keputusan pembelian melibatkan pembeli menganalisis permasalahannya, mencari informasi mengenai suatu produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi setiap alternatif dengan kemampuan terbaiknya. dapat menyelesaikan masalahnya sebelum akhirnya membuat keputusan pembelian.

- Menurut (Kotler dan Keller, 2007: 222), ada beberapa indikator dalam keputusan pembelian:
 1. Kebiasaan membeli barang
 2. Memberi saran kepada orang lain
 3. Melakukan pembelian kembali

Metode

Jenis Penelitian : penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif

Lokasi penelitian : di Kota Sidoarjo, Jawa Timur

Metode penelitian : yang digunakan yaitu non probability sampling pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling dan penentuan ukuran sampel, menggunakan Rumus Cochran dengan didapatkan dari hasil rumus sebanyak 96 responden dibulatkan menjadi 100.

Sumber data : menggunakan data primer, dan metode pengumpulan data berupa kuesioner.

Pembahasan

- **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil olah data pada path coefficient memperlihatkan bahwa variable Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoshinoya Sun City Sidoarjo. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Noviyanti et al., 2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nuraini & Novitaningtyas, 2022) menyatakan bahwa harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Karena banyak konsumen yang tidak mencermati harga produk dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya tariknya, Yoshinoya disarankan untuk menjaga keseimbangan antara kualitas makanan dan harga serta mempertimbangkan promosi atau penawaran khusus agar dapat menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas.

- **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil olah data pada path coefficient memperlihatkan bahwa variable Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoshinoya Sun City Sidoarjo. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mahira, Hadi Prasetyo, 2021) menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati et al., 2020) menyatakan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian, bahwa konsumen tidak mempertimbangkan kualitas produk sebagai alasan utama untuk membeli produk . Secara keseluruhan, kekuatan Yoshinoya terletak pada kualitas rasa dan variasi porsi produk.

• **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoshinoya. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Kurniasih & Elizabeth, 2021) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena secara terus menerus menjunjung tinggi dan meningkatkan standar pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan selalu siap bereaksi dengan cepat terhadap kebutuhannya, khususnya ketika menyelesaikan keluhan apa yang terjadi dengan pelanggan. Berbeda dengan peneliti (Cahya et al., 2021) menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan. Karena Konsumen lebih fokus pada kualitas produk dari pada kualitas pelayanan.

Kesimpulan

- Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Yoshinoya Sun City Sidoarjo. Secara keseluruhan, harga, kualitas produk, dan pelayanan adalah faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian di Yoshinoya. Meskipun setiap faktor memiliki peran yang signifikan, pengaruhnya dapat bervariasi tergantung pada prioritas dan preferensi masing-masing konsumen.

