

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI COFFEE TOFFEE DI KOTA SAMARINDA

Muhammad Wahyu <sup>1</sup>, Heriyanto <sup>2</sup>, Nurfitriani<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
Email : wahyumuhammad0399@gmail.com

---

**Keywords :**

*Product Quality, Service Quality, Price, Purchase Decision.*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the effect of Product Quality, Service Quality and Price on consumer Purchasing Decisions at coffee toffee shops in samarinda city, both partially and simultaneously.*

*The analysis tools used in this study consisted of test instruments consisting of validity and reliability tests, classical assumption test consisting of normality test, linearity test, multicollinearity test, heteroskedasticity test and autocorrelation test, multiple linear regression analysis consisting of regression equations, t test, f test and coefficient of determination analysis with SPSS v26 statistical program tools.*

*The results showed that : 1). Product Quality variables partially positive and significant effect on Purchasing Decisions at Coffee Toffee shop in Samarinda City. 2). Service Quality variables partially positive and significant effect on Purchasing Decisions at Coffee Toffee shop in Samarinda City. 3). Variable Price positive effect and not significant partially to the Purchase Decision at the Coffee Toffee shop in Samarinda City. 4). Variables of Product Quality, Service Quality and Price have a significant effect simultaneously or together on Purchasing Decisions at Coffee Toffee shops in Samarinda City.*

---

## PENDAHULUAN

Kopi merupakan minuman yang telah dikenal di seluruh dunia, kopi merupakan salah satu bahan baku utama industri hortikultura atau budidaya tanaman kebun dengan potensi yang cukup besar setiap tahunnya. Potensi ini juga didukung oleh fakta bahwa kopi merupakan minuman yang populer di seluruh dunia. Bisnis kopi menjelma menjadi gaya hidup yang menjanjikan, sehingga tidak heran jika trend pembukaan kedai kopi atau bisa disebut dengan *coffee shop* semakin meningkat di berbagai wilayah di Indonesia. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa trend kopi di masyarakat Indonesia sedang menuju pertumbuhan konsumsi yang signifikan. Untuk dapat bertahan dan berkembang, pengelola bisnis *coffee shop* dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk, kualitas pelayanan dan harga dalam keputusan pembelian dan upaya memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan dalam bisnis ini. Apabila tuntutan ini tidak terpenuhi maka bisnis ini tidak dapat bertahan hidup.

Banyaknya jenis usaha kuliner yang ada di Kota Samarinda berjenis *coffee shop* salah satunya kedai Coffee Toffee. Kedai Coffee Toffee adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *Food & Beverage* milik seorang pengusaha yang berasal dari Kota Surabaya. Kedai Coffee Toffee ini sendiri merupakan sebuah perusahaan *franchise*, salah satunya yaitu di Kota Samarinda yang menyediakan varian minuman kopi dan juga non kopi.

Kedai Coffee Toffee menyediakan kopi pilihan terbaik dan varian menu minuman kopi untuk semua kalangan menggunakan kopi jenis dengan racikan yang terbaik dari para barista yang sudah terlatih dengan baik untuk menyajikan kopi tersebut. Dalam hal pembuatan minuman kopi seperti penempatan bahan baku yaitu biji kopi serta bahan-bahan lainnya harus sesuai sehingga dapat menghasilkan secangkir kopi yang berkualitas serta dapat mempertahankan cita rasa yang dimiliki oleh produk minuman kopi mereka. Menurut Handoko (2013:16) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah sebagai berikut : “Kualitas produk adalah suatu kondisi penilaian dari sebuah barang sesuai dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas”.

Pelayanan yang baik akan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, dimata masyarakat atau konsumen setiap pelayanan yang baik akan memberikan tanggapan yang positif untuk usaha kedai kopi menjadi usaha yang menjanjikan. Tidak heran jika banyak orang secara rutin menyediakan waktu untuk menikmatinya bahkan jika dulu kopi identik dengan orang tua, sekarang kopi menjadi bagian gaya hidup anak muda untuk menghabiskan waktunya bersantai dan berkumpul bersama keluarga dan teman-teman. Kedai Coffee Toffee yang memberikan pelayanan yang ramah dan tempat fasilitas yang baik lengkap tidak heran dijadikan sebagai wadah atau tempat yang nyaman oleh konsumen. Menurut Tjiptono (2015:35) : “Kualitas layanan (*service quality*) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi Pelanggan”.

Tidak hanya produk dan pelayanan, harga merupakan hal yang lumrah dan konsumen menginginkan produk yang berkualitas dengan harga yang murah, sehingga faktor harga menjadi penting. Pada dasarnya harga ditentukan oleh biaya produk, namun dalam menentukan harga kedai Coffee Toffee juga mempertimbangkan nilai, manfaat, kualitas produk dan juga harga yang kompetitif yang mampu bersaing. Kedai Coffee Toffee menyediakan pilihan menu yang berkualitas dan beragam dengan harga yang kompetitif dengan harga bermacam – macam. Konsep kedai kopi dibuat dengan suasana *cafe* yang modern, nyaman dan santai. Suasana nyaman dan santai tidak hanya dari sisi disain tempat saja, tetapi juga dari kualitas minuman yang disajikan, pelayanan yang diberikan dan harga yang terjangkau. Kedai Coffee Toffee menyediakan pilihan menu yang berkualitas dan beragam dengan harga yang kompetitif dengan harga bermacam – macam. Menurut Manap (2016:289) : “Harga merupakan ukuran nilai dari suatu produk yang memungkinkan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*) dan dinyatakan dalam bentuk uang”.

Kedai Coffee Toffee haruslah memiliki produk – produk yang berkualitas, pelayanan yang berkualitas dan harga yang terjangkau dan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Jika produk tersebut dan pastinya akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian dan memberikan kepuasan konsumen tentu hal ini akan menguntungkan pihak kedai Coffee Toffee juga karena akan terjadi loyalitas konsumen dan kemungkinan besar konsumen juga akan merekomendasikan kopi Kedai Coffee Toffee kepada teman atau orang yang ada disekitar mereka, karena telah terbukti memberikan kepuasan bagi diri mereka sebagai individu yang melakukan pembelian kopi di Kedai Coffee Toffee tersebut, yang artinya adalah bertambahnya konsumen baru yang akan menjadi pengunjung Kedai Coffee Toffee. Menurut Tjiptono (2014:21) : “Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing – masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian”.

Berdasarkan uraian – uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda”.

## METODE PENELITIAN

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Work Research*) yang diambil yaitu Data Primer yang diperoleh secara langsung melalui observasi langsung dan penyebaran kuesioner melalui *online* yaitu *google form* menggunakan skala *likert* kepada konsumen Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.

### 2. Populasi dan Sampel

Menurut, Sugiyono (2017:80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda yang jumlahnya tidak diketahui.

Menurut, Sugiyono (2017:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 orang. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

### 3. Alat Analisis

#### 1. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Misbahuddin (2013:159) uji statistik regresi linear berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan antar dua variabel melalui koefisien regresinya. Analisis regresi berganda melibatkan lebih dari dua variabel, yaitu variabel terikat (Y) dan dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ). Dalam penelitian ini variabel bebas (X) yang terdiri dari Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), dan Harga ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian, sehingga persamaan regresi berganda estimasinya :

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

Keterangan :

Y	= Keputusan Pembelian
$X_1$	= Kualitas Produk
$X_2$	= Kualitas Pelayanan
$X_3$	= Harga
A	= Konstanta
$b_1, b_2, b_3$	= Koefisien masing – masing variabel
e	= <i>Error</i>

#### a) Uji T

Menurut Ghazali (2013:178) uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkatan signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika uji t statistik signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak
- 2) Jika uji t statistik signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima

#### b) Uji F

Menurut Ghazali (2013:177) uji statistik F digunakan untuk mengetahui semua variabel independent atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai

pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkatan signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ), dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika uji F statistik signifikan lebih besar dari 0,05 maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak
- 2) Jika uji F statistik signifikan lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima

**c) Koefisien Determinasi**

Menurut Ghozali (2013:177) koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menguji *goodness-fit* atau kelayakan model. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independent hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

**1. Regresi Linear Berganda**

Regresi Linear Berganda adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Produk( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ). Sedangkan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program statistic SPSS 26.0, hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1 : Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.369	1.820		.202	.840
	Kualitas Produk	.845	.138	.480	6.138	.000
	Kualitas Pelayanan	.504	.101	.387	5.012	.000
	Harga	.021	.074	.020	.286	.775

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

(Sumber : Data diolah, SPSS, 2022)

Berdasarkan tabel 1 diperoleh persamaan regresi Kualitas Produk  $X_1$ , Kualitas Pelayanan  $X_2$ , dan Harga  $X_3$  terhadap Keputusan Pembelian Y adalah sebagai berikut :

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

$$Y = 0,369 + 0,845X_1 + 0,504X_2 + 0,021X_3 + e$$

Diketahui :

- $\alpha$  = 0,369
- $X_1$  = 0,845
- $X_2$  = 0,504

$X_3$	= 0,021
$b_1, b_2, b_3,$	= Koefisien masing – masing dari nilai variabel
$e$	= <i>Error</i>

kemudian persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa :

- 1) Konstanta sebesar 0,369. Artinya jika variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) nilainya adalah 0, maka nilai keputusan pembeliannya ( $Y$ ) adalah 0,369.
- 2) Koefisien regresi variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,845. Artinya menunjukkan pengaruh positif variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) bahwa kenaikan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar satu satuan maka keputusan pembelian ( $Y$ ) pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda juga akan meningkat sebesar 0,845. Artinya, jika kualitas produk ( $X_1$ ) naik sebesar 0,845 maka keputusan pembeliannya juga akan meningkat sebesar 0,845. Artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Semakin baik Kualitas Produk yang berikan oleh Kedai Coffee Toffee maka semakin kuat untuk memunculkan dan meningkatkan konsumen melakukan keputusan pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda
- 3) Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,504. Artinya menunjukkan pengaruh positif variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) bahwa kenaikan variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar satu satuan maka keputusan pembelian ( $Y$ ) pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda juga akan meningkat sebesar 0,504. Artinya, jika kualitas pelayanan ( $X_2$ ) naik sebesar 0,504 maka keputusan pembeliannya juga akan meningkat sebesar 0,504. Artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin bagus Kualitas Pelayanan yang berikan oleh Kedai Coffee Toffee maka semakin kuat untuk memunculkan dan meningkatkan konsumen melakukan keputusan pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.
- 4) Koefisien regresi variabel Harga ( $X_3$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,021. Artinya menunjukkan pengaruh positif variabel Harga ( $X_3$ ) bahwa kenaikan variabel harga ( $X_3$ ) sebesar satu satuan maka keputusan pembelian ( $Y$ ) pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda juga akan meningkat sebesar 0,021. Artinya, jika harga ( $X_3$ ) naik sebesar 0,021 maka keputusan pembeliannya juga akan meningkat sebesar 0,021. Artinya terjadi hubungan positif antara Harga terhadap Keputusan Pembelian. Semakin baik Harga yang berikan oleh Kedai Coffee Toffee maka semakin kuat untuk memunculkan dan meningkatkan konsumen melakukan keputusan pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda

## 2. Uji T

Tujuan dilakukannya analisis ini untuk menghitung hubungan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika variabel yang lain di anggap konstan. Dari hasil pengolahan program SPSS. Berdasarkan hasil analisis uji parsial di peroleh penjelasan sebagai berikut :

**Tabel 2 : Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.369	1.820		.202	.840
	Kualitas Produk	.845	.138	.480	6.138	.000
	Kualitas Pelayanan	.504	.101	.387	5.012	.000
	Harga	.021	.074	.020	.286	.775

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

(Sumber : Data diolah, SPSS, 2022)

Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) memperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,138 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresinya sebesar 0,845 maka **H1 diterima**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.

Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,012 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresinya sebesar 0,504 maka **H2 diterima**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.

Variabel Harga ( $X_3$ ) memperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 0,286 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,775 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 serta nilai koefisien regresinya sebesar 0,021 maka **H3 ditolak**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.

### 3. Uji F

**Tabel 3 : Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1257.010	3	419.003	41.256	.000 <sup>b</sup>
	Residual	974.990	96	10.156		
	Total	2232.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

(Sumber : Data diolah, SPSS, 2022)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 41,256 lebih besar dari  $f_{tabel}$  sebesar 2,70 kemudian nilai signifikan sebesar 0,000 di mana nilai tersebut dari nilai signifikan 0,05 maka **H4 diterima**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.

#### 4. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel – variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya, nilai koefisien determinasi di tentukan nilai Adjust R Square :

**Tabel 4 : Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 <sup>a</sup>	.563	.550	3.187
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				

(Sumber : Data diolah, SPSS, 2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,563 (56,3%). Hasil ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan dimana variabel bebas yaitu variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap sebesar 56,3%, sedangkan sisanya sebesar 43,7% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.

#### Pembahasan

- 1) Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda

Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) berdasarkan tabel 2 uji T (Parsial) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,138 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari sig 0,05 serta nilai koefisien regresinya sebesar 0,845. Hal ini disebabkan dari penilaian konsumen Kedai Coffee Toffee, terhadap Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Coffee Toffee. Kualitas Produk merupakan faktor penting dalam hal penjualan, dengan adanya produk yang kualitasnya tinggi dan baik seperti cita rasa, aroma kopinya sangat khas yang membangkitkan semangat, biji kopi berasal dari pilihan yang terbaik dan penyajiannya sangat menarik dan estetik yang membuat konsumen sangat terkesan yang diberikan pihak Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda kepada konsumen sehingga akan mengantarkan perusahaan kepada kelangsungan dan perkembangan usaha yang aman. Semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan pernyataan diatas dapat dikatakan **H1 diterima** dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.

- 2) Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda

Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berdasarkan tabel 2 uji T (Parsial) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,012 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari sig 0,05 serta nilai koefisien regresinya sebesar 0,504. Hal ini Pelayanan yang dimaksud adalah salah satunya karyawan yang melayani pelanggan dengan cekatan dalam melayani kebutuhan, ramah, bersahabat dan sopan membuat pelanggan merasa dihargai ketika melayani konsumen. Pada pelayanan lingkungan dan fasilitas yang diberikan termasuk salah satu faktor yang membuat pelanggan akan

menjadi loyal karena desain dan fasilitas sangat lengkap dan menarik sehingga konsumen akan terus melakukan pembelian berulang dan akan meningkatkan keputusan pembelian. Berdasarkan pernyataan diatas dapat dikatakan **H2 diterima** dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.

- 3) Variabel Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda

Variabel Harga ( $X_3$ ) berdasarkan tabel 2 uji T (Parsial) memperoleh nilai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,286 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,775 dimana nilai tersebut lebih besar dari sig 0,05 serta nilai koefisien regresinya sebesar 0,021. Hal ini harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda, karena harga pada Kedai Coffee Toffee bagi Sebagian orang dianggap kurang menarik bagi konsumen atau sedikit lebih mahal dibandingkan kompetitor, tetapi bagi orang yang mengerti dan biasa membeli di Kedai Coffee Toffee harga tersebut bukan jadi masalah karena bisa mendapatkan kualitas produk yang baik dengan harga tersebut yang dirasakan konsumen. Berdasarkan pernyataan diatas dapat dikatakan **H3 ditolak** karena hasil penelitian menunjukkan Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.

- 4) Variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara bersama – sama terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan tabel 3 uji F (Simultan) memperoleh nilai nilai  $f_{hitung}$  sebesar 41,256 lebih besar dari  $f_{tabel}$  sebesar 2,70. Kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari sig 0,05. Hal ini berarti menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga yang terdapat pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda terhadap keputusan pembelian hal ini dikarenakan secara bersama – sama menjadi faktor terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda. Artinya, mengingat banyaknya kedai kopi yang berada di Kota Samarinda, salah satunya yaitu Kedai Coffee Toffee yang memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang terbaik diberikan kepada konsumennya, meskipun dengan memberikan harga yang cukup tinggi tetapi konsumen tetap akan merasakan kualitasnya berdasarkan kualitas produk dan kualitas pelayanannya yang diberikan oleh Kedai Coffee Toffee sehingga membuat konsumen memutuskan untuk membeli. Berdasarkan pernyataan diatas dapat dikatakan **H4 diterima** dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda. Berdasarkan penelitian ini maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa **H1 diterima** artinya artinya kualitas produk pada kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena merupakan faktor penting dalam hal penjualan seperti cita rasa, aroma kopi, biji kopi yang terbaik dan penyajian secara menarik dan estetik yang membuat konsumen sangat terkesan.



- 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa **H2 diterima** kualitas pelayanan pada kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen dalam hal melayani konsumen dengan ramah, bersahabat dan sopan. Dalam hal pelayanan lingkungan dan fasilitas yang lengkap dan menarik sehingga membuat konsumen merasa nyaman.
- 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa **H3 ditolak** harga pada kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian karena harga menurut sebagian orang harga pada kedai Coffee Toffee itu tidak menarik atau sedikit lebih mahal dibanding kompetitor tetapi bagi sebagian orang bukan jadi masalah karena bisa mendapatkan kualitas yang diberikan pada kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda..
- 4) Hasil penelitian menunjukkan bahwa **H4 diterima** secara simultan, variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang diberikan oleh pihak Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian dikarenakan secara bersama – sama menjadi faktor terhadap keputusan pembelian konsumen.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

- 1) Bagi Perusahaan  
Dilihat dari kualitas produk dan kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh yang signifikan berarti harus mempertahankan dan bisa lebih memberikan yang lebih terbaik bagi konsumen dan bisa berinovasi agar meningkatkan keputusan pembelian dan untuk harga dilihat dari hasil penelitian mungkin bisa diberikan harga spesial atau harga promo bundling produk agar lebih terciptanya ketertarikan dan minat konsumen dalam meningkatkan keputusan untuk membeli pada Kedai Coffee Toffee di Kota Samarinda.
- 2) Bagi Penelitian Selanjutnya  
Diharapkan lebih memperhatikan beberapa faktor yang digunakan dalam penelitian ini yang dianggap berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan memperhatikan variabel lain seperti variabel promosi yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini agar dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya sehingga menjadi tepat dan akurat.

## REFERENCES

- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, Hani. 2013, *Manajemen*. Edisi Kedua, Cetakan Ketiga belas. Yogyakarta: BPFE.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Misbahuddin, Hasan Iqbal. 2013. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Edisi ke 2, Cetakan 2. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2015. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi ke 4.  
Yogyakarta : Andi.