

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIMODERASI KEPUASAN PADA KONSUMEN KEDAI ME & MOO

Vita Dyah Puspitasari <sup>1)</sup>  
Erni Widajanti <sup>2)</sup>  
Sunarso <sup>3)</sup>

<sup>1, 2, 3)</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: <sup>1)</sup> vita.dyah26@gmail.com

<sup>2)</sup> erniwidajanti@gmail.com

<sup>3)</sup> sunarso66@gmail.com

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to analyze the significance of the influence of product quality, price, consumers satisfaction to the purchase decision as well as the influence of product quality and price to the purchase decision with satisfaction as a moderating variable. The population is all consumers who visit and buy at Kedai Me & Moo. 100 respondents are selected as sample, using accidental sampling. This research uses survey method, the type data collection with questionnaire and observation. Data analysis used test instruments, classic assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test, the coefficient of determination, and test the absolute value of the difference. The result is there product quality don't have significant effect to the purchase decision, price and consumers satisfaction have significance partially effect to the purchase decision, consumers satisfaction didn't moderate the effect of product quality and price to the purchase decision. Adjusted R<sup>2</sup> on multiple linear regression analysis is 50,2% and adjusted R<sup>2</sup> on test the absolute value of the difference each as much as 47,9% and 48,3%.*

**Keywords:** product quality, price, consumers satisfaction, purchase decision.

## PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini bisnis kuliner di Indonesia dapat terbilang cukup pesat, salah satu yang sekarang cukup populer adalah makin menjamurnya kedai-kedai yang menyediakan tata ruang yang cukup nyaman tidak hanya bagi muda-mudi namun juga bagi masyarakat segala usia, kedai-kedai tersebut juga menyediakan menu yang lezat dan ringan serta harga yang bersaing karena itulah para pengelola bisnis kedai-kedai kuliner ini harus pandai-pandai mengelola bisnis mereka agar dapat terus berkembang dengan baik seiring berjalannya waktu. Semakin maraknya persaingan usaha, tentu pemilik usaha dari Kedai Me & Moo sendiri dituntut untuk dapat menjaga kualitas produk usahanya dengan harga yang sesuai untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli di Kedai Susu Me & Moo.

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya (Kotler dan Armstrong, 2012: 283). Kualitas Produk yang baik dapat berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen dan menciptakan keuntungan bagi usaha itu sendiri. Semakin baik kualitas yang ditawarkan maka akan berdampak baik untuk kelangsungan usaha. Harga juga merupakan salah satu faktor penentu masyarakat di dalam mengambil keputusan pembelian. Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Umar, 2009: 21). Harga yang wajar haruslah berada

di atas BEP (*Break Event Point*) ditambah dengan keuntungan yang diinginkan serta sesuai dengan harga yang kompetitif sehingga harga tidak akan merugikan pihak manapun baik untuk konsumen maupun kompetitor dan akan dapat bersaing dengan wajar.

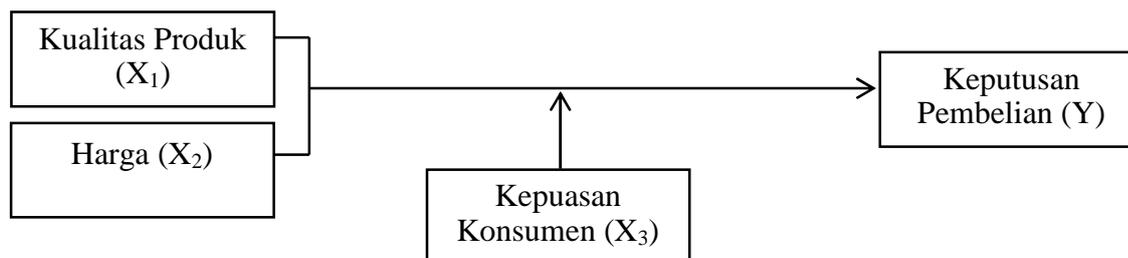
Kepuasan konsumen adalah salah satu tujuan di dalam pemasaran. Pemilik usaha tentu mengharapkan para konsumennya akan merasa puas dengan produk yang dimilikinya. Seorang konsumen dapat dikatakan puas atau tidak dilihat dari produk yang diinginkannya apakah telah sesuai dengan kenyataan yang ada, maka dari itu kepuasan ini juga dapat menjadi salah satu alasan bagi konsumen untuk melakukan pembelian atau tidak, baik itu pembelian berulang ataupun tidak. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Tjiptono, 2008: 24).

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil individu karena rangsangan baik yang berupa dari luar individu maupun hal-hal yang ada pada individu itu sendiri (Suryani, 2013: 11). Karena itulah bagi seorang konsumen harus lebih pandai dalam memilih keputusan. Pemilik usaha sendiri harus dapat menarik hati pembeli untuk mengambil keputusan pembelian di dalam usahanya dengan meningkatkan kualitas produk dan harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh.

Menurut penelitian yang dilakukan Dewi dan Rahadhini (2013), hasil penelitiannya pada objek Sepeda Motor Honda bahwa harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen namun tidak dapat memoderasi pengaruh hubungan harga dan

kualitas terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain yang dilakukan Sejati (2016) menghasilkan bahwa pada kedai Starbucks Coffee Cabang Galaxy Mall Surabaya kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua penelitian itulah yang digunakan sebagai tolok ukur dalam penelitian kali ini, apabila pada penelitian Dewi dan Rahadhini, harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam keputusan pembelian sepeda motor Honda maka di dalam penelitian Sejati justru semua variabel independen termasuk harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam kedai Starbucks. Maka dari itulah apabila variabel pada penelitian yang dilakukan Dewi dan Rahadhini menggunakan objek kedai, apakah hasil yang didapat akan sama atau justru seperti pada penelitian Sejati.

Tujuan dari penelitian ini sendiri adalah untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar, untuk menganalisis signifikansi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar, untuk menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar, untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar, untuk menganalisis signifikansi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar.



**Gambar 1: Skema Kerangka Konseptual Penelitian**

## Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Menunjukkan suatu arah dari penyusunan agar dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti pada gambar 1 di atas.

Keterangan: berdasarkan skema kerangka konseptual penelitian didapat tiga jenis variabel meliputi:

1. Variabel independen yakni kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ )
2. Variabel moderasi yaitu kepuasan konsumen ( $X_3$ )
3. Variabel dependen yakni keputusan pembelian ( $Y$ )

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- $H_1$ : Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar.
- $H_2$ : Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar.
- $H_3$ : Ada pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar.
- $H_4$ : Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar.
- $H_5$ : Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif. Sumber datanya adalah data primer dan data sekunder. Populasinya seluruh konsumen di Kedai Me & Moo yang belum diketahui jumlahnya, sedangkan dalam penelitian ini diambil sampel 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *accidental*

*sampling* yakni dengan memilih konsumen yang kebetulan sedang melakukan pembelian produk di objek. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan observasi. Kuesioner menggunakan skala *likert* dengan penilaian skor sangat setuju ( $SS=5$ ), setuju ( $S=4$ ), netral ( $N=3$ ), tidak setuju ( $TS=2$ ), sangat tidak setuju ( $STS=1$ ). Teknik analisis datanya menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji F, uji t, koefisien determinasi, dan uji nilai selisih mutlak.

## Definisi Operasional Variabel

### 1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang berasal dari produk yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi oleh konsumen agar dapat memuaskan atau mencukupi kebutuhannya dan dinyatakan secara tersirat di dalam produk makanan dan minuman Kedai Me & Moo. Pada penelitian ini kualitas produk menggunakan indikator dari (Paramitha, 2015: 31) meliputi :

- a. Produk yang disajikan sesuai kebutuhan
- b. Tampilan penyajian produk menarik
- c. Rasa dari produk yang disajikan enak
- d. Produk terjamin kebersihannya

### 2. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan oleh konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk dari Kedai Me & Moo. indikator-indikator harga menurut (Rezki, 2014: 5), meliputi:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk
- e. Harga mempengaruhi daya beli konsumen
- f. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan

### 3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya atau yang dibutuhkannya pada Kedai Me & Moo. Indikator-indikator di dalam kepuas-

an konsumen menurut (Wulandari, 2016: 33) antara lain:

- a. Puas terhadap produk
- b. Puas terhadap pilihan produk
- c. Merekomendasikan produk kepada orang lain
- d. Memiliki keinginan untuk tidak berpindah ke produk lain
- e. Melakukan pembelian ulang

#### 4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang Kedai Me & Moo tawarkan. Indikator di dalam keputusan pembelian menggunakan penelitian (Kotler dan Keller, 2009: 184) adalah:

- a. Mengenali masalah atau kebutuhan
- b. Mencari informasi mengenai produk
- c. Mengevaluasi manfaat dari produk

- d. Keputusan pembelian dari rekomendasi orang lain
- e. Perilaku pasca pembelian.

### Teknik analisis data menggunakan:

#### 1. Uji Instrumen

Hasil dari uji instrumen seperti uji validitas dan uji reliabilitas didapat seperti tabel 1 berikut:

Hasil uji validitas menyatakan bahwa semua item kuesioner dari variabel kualitas produk, harga, kepuasan konsumen, keputusan pembelian dinyatakan valid karena memiliki *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  sedangkan untuk uji reliabilitas variabel kualitas produk memiliki *cronbach's alpha* sebesar  $0,703 > 0,60$ ; variabel harga memiliki *cronbach's alpha* sebesar  $0,739 > 0,60$ ; kepuasan konsumen memiliki *cronbach's alpha* sebesar  $0,706 > 0,60$ ; keputusan pembelian memiliki *cronbach's alpha* sebesar  $0,685 > 0,60$  sehingga keempat variabel dinyatakan reliabel.

**Tabel 1: Uji Instrumen**

Variabel	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	No. Item	<i>p-value</i>	Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk	1	0,000	Valid	0,703	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
Harga	1	0,000	Valid	0,739	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
	5	0,000	Valid		
	6	0,000	Valid		
Kepuasan Konsumen	1	0,000	Valid	0,706	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
	5	0,000	Valid		
Keputusan Pembelian	1	0,000	Valid	0,685	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
	5	0,000	Valid		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

## 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji analisis regresi linear berganda, semua variabel di dalam suatu penelitian harus dapat lolos dari uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Hasil selengkapnya seperti pada tabel 2 berikut:

Hasil dari uji asumsi klasik menunjukkan bahwa telah lolos uji multikolinieritas karena *tolerance value* > 0,10 dan VIF < 10, lolos uji autokorelasi karena *p-value* 0,841 > 0,05, lolos uji heteroskedastisitas karena *p-value* (0,592; 0,130; 0,671) > 0,05, lolos uji normalitas karena *p-value* 0,813 > 0,05 sehingga residual berdistribusi normal.

## 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian dan didapat hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan garis regresinya sebagai berikut:

$$Y = 5,532 - 0,201X_1 + 0,146X_2 + 0,680X_3$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah:

a : 5,532 artinya hubungan yang positif, jika kualitas produk, harga dan kepuasan konsumensama dengan nol, maka keputusan pembelian adalah 5,532.

b<sub>1</sub> : -0,201 artinya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah negatif, yaitu bahwa jika kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian akan menurun dengan asumsi harga dan kepuasan konsumen dianggap tetap.

b<sub>2</sub> : 0,146 artinya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian positif, artinya apabila harga meningkat, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian dan sebaliknya, dengan asumsi kualitas produk dan kepuasan konsumen dianggap tetap.

b<sub>3</sub> : 0,680 artinya pengaruh variabel kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian positif, artinya apabila kepuasan konsumen meningkat maka dapat meningkatkan keputusan pembelian dan sebaliknya, dengan asumsi variabel kualitas produk dan harga dianggap tetap.

**Tabel 2: Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinieritas	<i>Tolerance</i> (0,832; 0,912; 0,865) > 0,10 VIF (1,202; 1,906; 1,156) < 10	Tidak ada multikolinieritas
Uji autokorelasi	p (0,841) > 0,05	Tidak ada autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	p (0,592; 0,130; 0,671) > 0,05	Tidak ada heteroskedastisitas
Uji normalitas	p (0,813) > 0,05	Residual berdistribusi normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

**Tabel 3: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien	Nilai t	Signifikansi
(Constant)	5,532	2,860	0,005
Kualitas produk	-0.201	-1,978	0,051
Harga	0,146	2,216	0,029
Kepuasan konsumen	0,680	9,377	0,000
F	: 34,285		0,000
Adjusted R <sup>2</sup>	: 0,502		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil dari tabel 3 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

**a. Uji t**

- 1) Hasil analisis diperoleh *p-value* sebesar 0,051 > 0,05 maka  $H_0$  diterima berarti tidak ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan “Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar” tidak terbukti.
- 2) Hasil analisis diperoleh *p-value* sebesar 0,029 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis kedua yang berbunyi: “Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar”, terbukti kebenarannya.
- 3) Hasil analisis diperoleh *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian. sehingga hipotesis ketiga yang berbunyi: “Ada pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar”, terbukti kebenarannya.

**b. Uji F**

Adapun hasil analisis pada uji F bahwa diperoleh nilai F 34,285 dan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 maka  $H_0$

ditolak berarti model yang digunakan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian tepat.

**c. Koefisien Determinasi**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau pengaruh yang diberikan kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian. Hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,502 berarti diketahui bahwa sumbangan pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian sebesar 50,2% sedangkan sisanya 49,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti, misalnya lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas, dll.

**4. Uji Nilai Selisih Mutlak Pertama**

Uji ini digunakan untuk menguji kepuasan konsumen memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini persamaan uji nilai selisih mutlak yang pertama didapat hasil seperti tabel 4 berikut:

Berdasarkan data pada tabel 4, maka persamaan pada uji nilai selisih mutlak yang pertama ini adalah:

$$Y_1 = 17,908 - 0,306ZX_1 + 1,978ZX_3 + 0,162 ZX_1 - ZX_3$$

Hasil dari tabel 4 di atas dapat dijelaskan:

**Tabel 4: Uji Nilai Selisih Mutlak Pertama**

Variabel	Koefisien	Nilai t	Signifikansi
(Constant)	17,908	64,022	0,000
Zscore: Kualitas produk	-0,306	-1,487	0,140
Zscore : Kepuasan konsumen	1,978	9,413	0,000
ABSZX1_ZX3	0,162	0,650	0,517
F	: 31,338		0,000
Adjusted R <sup>2</sup>	: 0,479		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

**a. Uji t**

Adapun hasil analisis diperoleh nilai t sebesar 0,650 dan ABSZX1\_ZX3 memiliki *p-value* sebesar 0,517 > 0,05 maka hal ini dapat dikatakan bahwa Ho diterima artinya kepuasan tidak memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis keempat yang berbunyi: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar.”, tidak terbukti kebenarannya.

**b. Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui ketepatan model kepuasan konsumen memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis yang diperoleh nilai F sebesar 31,338 dan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak berarti model yang digunakan untuk menguji model kepuasan konsumen memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian tepat.

**c. Koefisien Determinasi**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau pengaruh yang diberikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai moderasi. Berdasarkan dari hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,479 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh kepuasan konsu-

men sebagai variabel moderasi dan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 47,9% sedangkan sisanya 52,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel.

**5. Uji Nilai Selisih Mutlak Kedua**

Uji ini digunakan untuk menguji kepuasan konsumen memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Didapat hasil seperti tabel 5 berikut:

Berdasarkan data pada tabel 5, maka persamaan pada uji nilai selisih mutlak yang kedua ini adalah:

$$Y_2 = 17,933 + 0,339ZX_1 + 1,773ZX_3 + 0,109 ZX_2 - ZX_3$$

Hasil dari tabel 5 dapat dijelaskan:

**a. Uji t**

Adapun hasil analisis yang diperoleh *p-value* ABSZX2\_ZX3 sebesar 0,652 > 0,05 maka Ho diterima berarti kepuasan konsumen tidak memoderasi hubungan harga terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis kelima yang berbunyi: “Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar”, tidak terbukti kebenarannya.

**b. Uji F**

Uji ini untuk mengetahui ketepatan model kepuasan konsumen memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis diperoleh nilai F sebesar 31,824 dan *p-value*

**Tabel 5: Uji Nilai Selisih Mutlak Kedua**

Variabel	Koefisien	Nilai t	Signifikansi
(Constant)	17,933	59,094	0,000
Zscore: Harga	0,339	1,716	0,089
Zscore : Kepuasan konsumen	1,773	9,044	0,000
ABSZX2_ZX3	0,109	0,452	0,652

F : 31,824

Adjusted R<sup>2</sup> : 0,483

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti model yang digunakan untuk menguji nilai selisih mutlak yang kedua ini tepat.

### c. Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau pengaruh yang diberikan harga terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai moderasi. Berdasarkan dari hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,483 berarti diketahui bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan sebesar 48,3% oleh harga dan kepuasan konsumen sedangkan sisanya 51,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada hipotesis pertama, didapat hasil *p value*  $0,051 > 0,05$  maka dapat disimpulkan hipotesis pertama yang mengatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar” tidak terbukti kebenarannya. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rawung, Oroh dan Sumaraw (2015) bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada hipotesis kedua dan didapat hasil bahwa *p value*  $0,029 < 0,05$  sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar” terbukti kebenarannya. Hubungan antara harga terhadap keputusan pembelian adalah signifikan positif sehingga harga terbukti menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Kedai Me & Moo. Apabila harga meningkat dalam hal ini harga dipandang masih tahap wajar maka keputusan pembelian yang dilakukan juga akan meningkat. Implikasinya Kedai Me & Moo meskipun telah menjaga kestabilan harga

yang mengikuti standar pasar juga harus memperhatikan mengenai target pasar yang dipilih serta kondisi lingkungan sekitar. Pengaruh harga yang baik menjadi nilai positif terhadap Kedai Me & Moo, hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Nugroho (2015) dan Sejati (2016) bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga keduanya akan saling mempengaruhi.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada hipotesis ketiga, didapat *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar” dan terbukti kebenarannya. Apabila kepuasan konsumen meningkat maka keputusan pembelian pun juga akan meningkat. Implikasinya Kedai Me & Moo meskipun telah memperoleh kepuasan konsumen yang baik namun juga harus selalu ditingkatkan agar konsumen tidak ragu dalam menentukan keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh penelitian Napian (2013) bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga kepuasan konsumen dan keputusan pembelian akan saling mempengaruhi dan pada tingkat ini bahwa kepuasan konsumen pada Kedai Me & Moo telah dinyatakan baik.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada hipotesis keempat, maka didapat nilai *ABSZX1\_ZX3* tidak signifikan dengan *p value* sebesar  $0,517 > 0,05$  sehingga kepuasan konsumen tidak memoderasi hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hipotesis keempat yang mengatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar” tidak dapat terbukti kebenarannya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Dewi dan Rahadhini (2013) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak memoderasi hubungan antara kualitas terhadap keputusan pembelian, sehingga implikasinya bahwa kepuasan konsumen hanya didapat apabila harapan dan kenyataan yang diterima

oleh konsumen sama, namun dengan tidak memoderasinya kepuasan konsumen antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian kenyataannya konsumen tidak merasa puas atas kualitas produk yang ditawarkan, karena Kedai Me & Moo kurang memperhatikan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri seperti cita rasanya, bentuk penyajian yang dianggap standar, dll. Berdasarkan hal itu hendaknya Kedai Me & Moo lebih fokus memperbaiki apa yang menyebabkan konsumen tidak puas akan kualitas produk.

Berdasarkan hasil analisis dari data yang telah diolah, didapatkan nilai  $ABSZX2\_ZX3$  tidak signifikan dengan  $p$  value sebesar 0,652

0,05 sehingga hal ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen juga tidak dapat memoderasi hubungan harga dengan keputusan pembelian. Pernyataan pada hipotesis kelima yang mengatakan “Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar” tidak terbukti kebenarannya. Penelitian yang dilakukan Dewi dan Rahadhini (2013) juga menunjukkan kesamaan bahwa kepuasan konsumen tidak dapat memoderasi hubungan harga terhadap keputusan pembelian. Implikasinya, Kedai Me & Moo harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang berkaitan dengan harga seperti nilai produk tidak sesuai yang diharapkan, dan ku-

rangnya informasi perubahan harga, namun tidak diimbangi peningkatan kualitas.

## KESIMPULAN

Pengujian yang dilakukan kualitas produk tidak berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar. Kedai Me & Moo hendaknya untuk menciptakan kualitas produk yang dapat menjadi alasan utama konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dengan cara membuat inovatif olahan produk yang lain, ataupun melakukan evaluasi terhadap produk setiap bulannya untuk mengetahui kekurangan maupun kelebihan produk itu sendiri. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar. Kepuasan konsumen tidak dapat sebagai variabel moderasi pada hubungan kualitas produk maupun harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kedai Me & Moo di Palur Karanganyar, sehingga kepuasan konsumen dalam penelitian ini lebih cocok untuk dijadikan variabel independen daripada variabel moderasi dan Kedai Me & Moo diharapkan untuk dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap produk, maupun dari segi harga juga telah cukup bagus mempengaruhi masyarakat dalam melakukan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Maria Kristina dan Marjam Desma Rahadhini. 2013. “Efek Moderasi Kepuasan Konsumen pada Pengaruh Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 13, No. 1, April, hlm. 1-13.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong, 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 (Alih bahasa Bob Sabran). Edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 (Alih bahasa Bob Sabran). Edisi Ketiga belas. Erlangga. Jakarta.
- Napian, Sukron. 2013. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Soul (Studi pada Pengguna Yamaha Mio Soul di Wilayah Ciputat)”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Nugroho, Novemy Triyandari. 2015. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan (Studi Kasus Desa Tohudan

- Colomadu, Karanganyar)”. *Jurnal Manajemen*. Vol. 8, No. 1, April, hlm. 1-7. Pusat Penelitian STMIK Duta Bangsa. Surakarta.
- Paramitha, Mariska Deasy. 2015. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Mie Nges-Nges Banyumanik Semarang)”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rawung, Dhio Rayen, Sem G. Oroh, dan Jacky S.B. Sumarauw. 2015. “Analisis Kualitas Produk, Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado”. *Jurnal EMBA*. Vol. 3, No. 3, September, hlm 1298-1308. Pusat Penelitian Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Rezki, Rahmad. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ruko pada CV. Sinar Jaya Global Steel Padang”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Tamansiswa. Padang.
- Wulandari, Rina. 2016. “Analisis Pengaruh Citra Pasar Tradisional terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi”. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi. Surakarta.
- Sejati, Bayu Sutrisna Aria. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No. 3, Maret. STIESIA. Surabaya.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2009. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.