

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE CABANG ARCAMANIK ENDAH

Anisya Nur Barokah¹, Hilda Purnamawati²
^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Sangga Buana

¹ korespondensi: anisyanurbarokah@gmail.com

ABSTRACT

The beverage business competition in Indonesia is becoming increasingly intense with the emergence of various ice cream and bubble tea brands, one of which is Mixue, which has rapidly grown in Bandung, including the Arcamanik Endah branch. However, based on a preliminary survey, consumer complaints were found regarding inconsistent product quality and prices that were considered not comparable to the quality, thereby influencing fluctuations in purchasing decisions. This study aims to identify the description of product quality, price, and purchasing decisions, as well as to measure and analyze the extent of the influence of product quality and price on purchasing decisions at Mixue Arcamanik Endah branch. The research method used is quantitative with descriptive and associative approaches. This study involved 100 respondents as samples, determined using the Slovin formula and selected through simple random sampling. The analysis techniques employed include multiple linear regression, correlation coefficient, and coefficient of determination. The result of 0.694 indicates that both variables contributed 69.4% to purchasing decisions. The findings reveal a positive and significant influence of product quality and price on purchasing decisions. This research is beneficial for the management of Mixue Arcamanik Endah branch as an evaluation material to improve product quality and pricing strategies in order to enhance consumer satisfaction and purchasing decisions. In addition, this study also provides theoretical contributions to the development of marketing management science, particularly related to consumer behavior in the food and beverage industry.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision.

ABSTRAK

Persaingan bisnis minuman di Indonesia semakin ketat dengan hadirnya berbagai merek es krim dan minuman teh boba, salah satunya Mixue yang berkembang pesat di Bandung, termasuk di cabang Arcamanik Endah. Namun, berdasarkan pra survei, ditemukan keluhan konsumen terkait kualitas produk yang kurang konsisten serta harga yang dinilai belum sebanding dengan kualitas, sehingga berpengaruh pada fluktuasi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kualitas produk, harga dan keputusan pembelian serta mengukur pengaruh dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mixue di cabang arcamanik endah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel dengan menggunakan rumus slovin dan menggunakan teknik simple random sampling. Teknik analisis yang digunakan penelitian ini regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi dengan hasil sebesar 0,694 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 69,4%. Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini bermanfaat bagi manajemen Mixue Cabang Arcamanik Endah sebagai bahan evaluasi dalam memperbaiki kualitas produk dan strategi harga guna meningkatkan kepuasan serta keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen di industri makanan dan minuman.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Bisnis di Indonesia kini sudah banyak diminati dan semakin berkembang dengan pesat, sehingga persaingan yang terjadi pun semakin ketat. Bisnis minuman seperti es krim

dan minuman teh dengan boba misalnya, yakni dua contoh penemuan industri minuman terbaru yang telah mendapatkan daya tarik di Indonesia dan dengan cepat menyebar ke seluruh Asia Tenggara. Salah satu merek yang

berhasil menarik perhatian masyarakat adalah Mixue, sebuah merek minuman dan es krim asal China yang telah berkembang pesat di berbagai kota di Indonesia, termasuk di kota Bandung salah satunya di cabang Arcamanik Endah. Munculnya berbagai perusahaan yang menawarkan produk serupa yang memiliki cita rasa berbeda-beda, persaingan pun tidak dapat dihindari. Hal ini mengakibatkan sulitnya suatu perusahaan untuk mempertahankan diri sebagai pemimpin pasar. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan harus tetap menjaga pangsa pasarnya dengan menerapkan strategi pemasaran, salah satunya dengan mempertahankan kualitas produk dan

harga. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing serta memengaruhi konsumen agar mereka tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Penjualan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi suatu usaha, untuk dapat membiayai kegiatan operasional dalam bulanan bahkan tahunan, maka pelaku usaha harus mendapatkan keuntungan yaitu dengan cara meningkatkan penjualan, tanpa adanya penjualan dalam suatu usaha maka perusahaan tidak akan mendapatkan pendapatan untuk memenuhi biaya operasional. Dibawah ini peneliti menyajikan data penjualan Mixue Arcamanik Endah pada periode 2024 sampai Bulan Juni 2025.

Tabel 1: Data Penjualan Mixue Arcamanik Endah

Bulan	Tahun	
	2024	2025
Januari	Rp 35.218.334	Rp 30.520.425
Februari	Rp 33.215.746	Rp 32.288.453
Maret	Rp 31.171.360	Rp 30.120.650
April	Rp 37.131.500	Rp 42.250.780
Mei	Rp 38.364.750	Rp 40.200.320
Juni	Rp 37.433.530	Rp 43.657.800
Juli	Rp 32.892.815	
Agustus	Rp 35.787.270	
September	Rp 33.860.880	
Oktober	Rp 30.875.637	
November	Rp 31.453.828	
Desember	Rp 38.323.776	

Sumber: Headstore Mixue Arcamanik Endah (2025)

Berdasarkan data penjualan diatas, dapat dilihat bahwa penjualan Mixue Arcamanik Endah pada Tahun 2024 sampai Bulan Juni 2025 mengalami fluktuasi. Fluktuasi yang terjadi setiap bulannya disebabkan oleh perusahaan yang kurang memperhatikan kualitas produk dan harga dari mixue sehingga konsumen lebih tertarik dengan

produk yang ditawarkan oleh pesaing dan ini berpengaruh terhadap penjualan pada produk Mixue Arcamanik Endah. Artinya, bahwa adanya fluktuasi penjualan atas keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah tahap evaluasi di mana konsumen menyusun daftar peringkat barang yang menjadi pilihan mereka, yang akan memicu keinginan untuk

membeli (1). Keputusan ini sangat penting dalam proses pembelian. Beberapa faktor terjadinya keputusan pembelian oleh konsumen diantaranya adalah harga, kualitas produk, lokasi, dan juga promosi (2). Peneliti melakukan pengamatan tentang kualitas produk pada konsumen mixue. Berikut beberapa temuan dalam penelitian ini terkait keluhan konsumen mengenai kualitas produk berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen dan peneliti temukan dari media *online* seperti *Google Maps*, *GoFood*, *TikTok* dan *Instagram* Mixue Arcamanik Endah sebagai berikut: Ice cream cepat mencair, Variasi menu terbatas, Kualitas rasa tidak konsisten, Rasa produk terlalu manis, Kuantitas topping yang terlalu sedikit, Produk tidak sesuai dengan yang ada pada menu, kemasan kurang aman, bahan tambahan tidak segar. Kualitas produk menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Semakin baik kualitas yang ditawarkan maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian suatu produk. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow” dengan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Akbari & Hastoko (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (3). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti variabel kualitas produk pada mixue arcamanik endah apakah hasilnya terdapat

pengaruh atau tidak. Selain kualitas produk, harga yang diberikan kepada konsumen juga merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan keputusan pembelian. Harga sebagai nilai mata uang yang harus dibayar pelanggan untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Peneliti melakukan pengamatan tentang harga pada konsumen mixue (4). Berikut beberapa temuan dalam penelitian ini terkait keluhan konsumen mengenai harga berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen dan peneliti temukan dari media *online* seperti *Google Maps*, *GoFood*, *TikTok* dan *Instagram* Mixue Arcamanik Endah sebagai berikut: Harga produk mixue terlalu mahal untuk kebutuhan jajanan harian, Harga tidak sebanding dengan porsi yang diterima, Harga lebih mahal dibandingkan produk sejenis, Terdapat peningkatan harga tapi tidak diikuti dengan rasa dan kualitas bahan. Tinjauan terhadap harga juga sangat penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan permintaan terhadap produk berbeda (5). Harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini didukung oleh penelitian terdahulu (6) dengan hasil harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun tidak sejalan dengan penelitian (7) dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Koi The di Bandung” dengan hasil harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti variabel harga pada

mixue arcamanik endah apakah hasilnya terdapat pengaruh atau tidak.

METODE

Penelitian dilakukan di Mixue cabang Arcamanik Endah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Mixue Arcamanik Endah periode bulan April-Juni 2025 sebanyak 3600 orang. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel dengan menggunakan rumus slovin dan menggunakan teknik simple random sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala likert.(8) Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda guna menguji sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots\dots\dots(1)$$

Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software pengolah data, dengan serangkaian pengujian yang meliputi uji asumsi klasik, uji t, uji F, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Responden

Hasil yang diperoleh dari responden, berdasarkan jenis kelamin. terdapat 36 orang atau sebesar 36% responden berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 64 orang atau sebesar 64% responden adalah berjenis kelamin

perempuan. dalam penelitian ini, persentase terbesar sebanyak 89% didominasi oleh responden yang berusia 21-30 tahun, kemudian 4% responden berusia 31-40 tahun, 1% responden berusia diatas 41 tahun. 49% didominasi oleh responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa, disusul dengan 158% responden dengan pekerjaan pegawai swasta dan wiraswasta, 13% responden dengan pekerjaan lainnya (petani, ibu rumah tangga dll) dan 8% dengan pekerjaan PNS. 62% didominasi oleh responden dengan pendapatan antara Rp. 1-3 juta, disusul dengan 31% responden dengan pendapatan kurang dari Rp. 1 juta, lalu 4% responden berpendapatan Rp 3-5 juta dan 3% dengan pendapatan diatas Rp 5 juta.

Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian untuk mengetahui ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur yang perlu diukur. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dihitung dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dapat dikatakan sebagai pernyataan yang valid. Penentuan kelayakan item dilakukan uji signifikan korelasi dengan tingkat signifikansi 0,1. Nilai r_{tabel} untuk $df = N - 2 = 100 - 2 = 98$ dengan nilai $r_{tabel} = 0.165$. semua item pernyataan yang diujikan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} sebesar 0.165, sehingga masing-masing pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan pada analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat stabilitas atau konsistensi hasil pengukuran. Adapun teknik reliabilitas yang digunakan adalah reliabilitas konsistensi antar butir dengan menggunakan uji *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 secara keseluruhan item pernyataan tersebut konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti dan dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa hasil pengujian instrumen dari ketiga variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai *cronbach's alpha* > 0,6 sehingga instrumen-instrumen dari ketiga variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Hasil dari pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dipakai dalam penelitian ini sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Pengujian asumsi klasik ini memberikan landasan yang kokoh untuk melanjutkan analisis serta mendapatkan kesimpulan yang sah mengenai hubungan antara variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu persyaratan penting dalam pengujian signifikansi koefisien regresi. Apabila model regresi tidak berdistribusi normal, maka kesimpulan uji t dan uji f meragukan, karena uji t dan uji f pada analisis regresi diturunkan.

Tabel 2: Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.78200476
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.053
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menemukan korelasi antar variabel independen pada sebuah model regresi. Mendeteksi multikolinearitas dapat

menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi dikatakan bebas multikolinearitas jika memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0.10.

Tabel 3: Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	4.029	1.934		8.607	.000	
	Kualitas Produk	.768	.028	.384	5.813	.073	1.394
	Harga	.704	.066	.569	4.689	.000	1.394

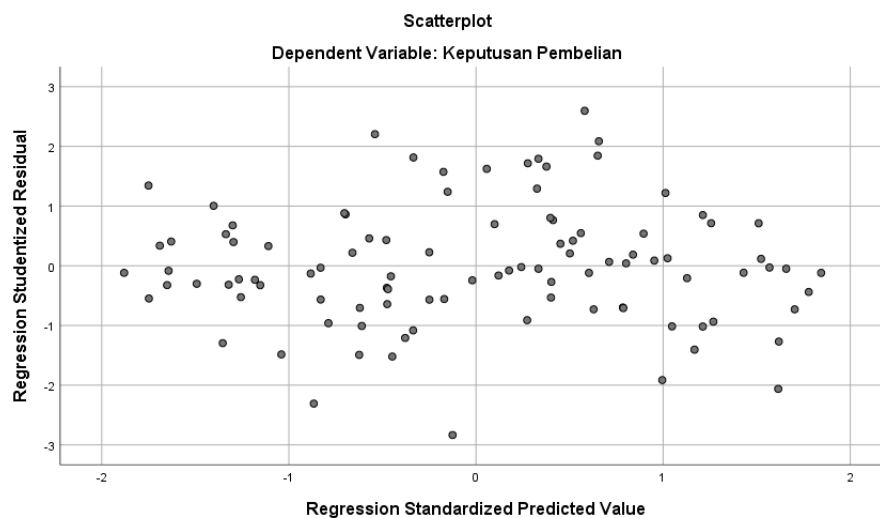
a. Dependent Variable: Y Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 3 nilai hasil uji multikolinearitas diatas, nilai tolerance untuk variabel kualitas produk dan harga memiliki nilai sebesar $0.717 > 0.10$, sedangkan nilai VIF yang diperoleh untuk kedua variabel ini

sebesar $1.394 < 10$, menunjukkan tidak ada korelasi yang cukup kuat antara sesama variabel bebas, maka dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas antara variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar *Scatterplot* diatas menunjukkan tidak ada pola tertentu pada titik-titik dalam gambar, tidak menunjukkan pola

teratur yang menandakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.029	1.934		8.607	.000
	Kualitas Produk	.768	.028	.384	5.813	.073
	Harga	.704	.066	.569	4.689	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan hasil output analisis regresi linear berganda diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4.029 + 0.768 + 0.704$$

Dilihat dari tanda pada koefisien regresi (parameter) dalam persamaan regresi linier berganda diatas, variabel koefisien regresi bertanda positif artinya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah searah, sedangkan yang bertanda negatif, artinya penaruh variabel bebas terhadap variabel terikat berlawanan arah. Selain itu, tanda positif pada koefisien regresi berarti apabila variabel bebas mengalami kenaikan, maka variabel terikat juga ikut meningkat. Model regresi tersebut dapat dijelaskan:

1. Nilai konstanta sebesar 4.029 artinya apabila variabel bebas kualitas produk dan harga bernilai konstan atau tidak ada perubahan, maka variabel terikat yaitu

keputusan pembelian bernilai 4.029 satuan.

2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk menunjukkan sebesar 0.768 artinya setiap kenaikan skor satu satuan pada variabel kualitas produk, dan variabel harga konstan, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0.768, artinya kenaikan kualitas produk akan diikuti kenaikan keputusan pembelian.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga menunjukkan sebesar 0.704 artinya bahwa setiap kenaikan skor satu satuan pada variabel harga, dengan asumsi variabel kualitas produk konstan, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0.704, artinya kenaikan harga akan memengaruhi keputusan pembelian.

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 5: Hasil Analisis Koefisien Korelasi

Correlations				
		Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.920**	.820
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	.920**	1	.843
	Sig. (2-tailed)	.000		.238
	N	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.820	.843	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel diatas, korelasi masing-masing variabel independen yaitu kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian adalah:

1. Nilai hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 0,820, artinya hubungan kualitas produk

terhadap keputusan pembelian sangat kuat dan searah.

2. Nilai hubungan harga terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 0,843, artinya hubungan harga terhadap keputusan pembelian sangat kuat dan searah.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 6: Hasil Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.694	.642	3.758

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Hasil analisis koefisien determinasi didapat hasil R Square sebesar 0.694 atau 69.4%, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 69.4% kontribusi secara simultan pengaruh dari variabel kualitas produk dan harga terhadap

keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 30,6% merupakan kontribusi dari variabel lain diluar penelitian ini, misalnya promosi, lokasi, citra merek, dan loyalitas.

Uji F

Tabel 7: Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8062.268	2	4031.134	53.578	.000 ^b
	Residual	7298.172	97	75.239		
	Total	15360.440	99			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, harga

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} 53.578 > F_{tabel} 3,939$ dengan nilai signifikansi hitung $0,000 < 0,10$, maka dapat dinyatakan bahwa secara simultan H_0 ditolak, artinya variabel Kualitas Produk

dan Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian pada Mixue Arcamanik Endah.

Uji T

Tabel 8: Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.029	1.934		8.607	.000
	Kualitas Produk	.768	.028	.384	5.813	.073
	Harga	.704	.066	.569	4.689	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Hasil uji t untuk variabel kualitas produk menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 5.813 yang berarti lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.661) dengan taraf signifikansi sebesar $(0.073 < 0.10)$. nilai t_{hitung} berada di daerah tolak H_0 . Dengan demikian dapat diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t untuk variabel harga menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4.869 yang berarti lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.661)

dengan taraf signifikansi sebesar $(0.000 < 0.10)$. nilai t_{hitung} berada di daerah tolak H_0 . Dengan demikian dapat diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari Harga terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mixue Arcamanik Endah

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan

harapan konsumen. Konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas baik karena dianggap memberi kepuasan dan mengurangi risiko setelah pembelian. Oleh karena itu, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji t) diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini diperoleh dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar (5.813) yang berarti lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.661) dengan taraf signifikansi sebesar ($0.073 < 0.10$). Koefisien regresi kualitas produk memiliki tanda positif yang berarti semakin baik kualitas produk maka semakin baik juga keputusan pembelian pada Mixue Arcamanik Endah, hal ini dapat dibuktikan dari pengaruh secara parsial atau individu, pengaruh kualitas produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 31,48%.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (6) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap semua variabel.

Kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian karena konsumen pada dasarnya mencari produk yang mampu memberikan kepuasan, keamanan, dan manfaat sesuai harapan. Produk dengan kualitas baik dapat mengurangi risiko pasca pembelian,

meningkatkan rasa percaya, serta menimbulkan pengalaman positif yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Produk dengan kualitas baik menciptakan kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Konsumen merasa aman karena produk sesuai standar dan harapan. Kualitas yang konsisten menumbuhkan loyalitas dan kecenderungan pembelian ulang. Produk berkualitas mampu meningkatkan nilai yang dirasakan (*perceived value*) sehingga harga yang dibayarkan dianggap sepadan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, serta atribut lainnya. Semakin baik kualitas produk, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen (9).

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mixue Arcamanik Endah

Harga memiliki peran penting dalam keputusan pembelian karena berhubungan langsung dengan daya beli dan persepsi nilai konsumen. Jika harga dinilai sesuai dengan kualitas dan manfaat produk, maka konsumen lebih cenderung memutuskan untuk membeli. Sebaliknya, harga yang dianggap terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan kualitas dapat menurunkan minat beli. Dengan demikian, semakin sesuai dan terjangkau harga suatu produk bagi konsumen, semakin besar kemungkinan konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji t) diketahui bahwa harga berpengaruh secara

signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini diperoleh dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar (4.869) yang berarti lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.661) dengan taraf signifikansi sebesar ($0.000 < 0.10$). Koefisien regresi harga memiliki tanda positif yang berarti semakin baik harga maka semakin baik juga keputusan pembelian pada Mixue Arcamanik Endah, hal ini dapat dibuktikan dari pengaruh secara parsial atau individu, pengaruh harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 47,96%.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (10) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap semua variabel.

Harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian karena sebagian besar konsumen menilai harga Mixue masih relatif terjangkau jika dibandingkan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. Walaupun ada yang menilai harga kurang sepadan, banyak konsumen tetap membeli karena Mixue sudah menjadi bagian dari tren gaya hidup, khususnya di kalangan anak muda. Selain itu, karakteristik responden yang mayoritas berasal dari kalangan menengah ke bawah juga membuat harga Mixue dipandang sesuai dengan daya beli mereka. Dibandingkan dengan produk sejenis yang diposisikan lebih premium, harga Mixue dianggap lebih bersahabat dan memberikan nilai tambah.

Sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa *perceived value* merupakan *trade-off* antara manfaat yang diterima konsumen dengan pengorbanan yang diberikan melalui harga.(11) Demikian pula konsumen akan melakukan pembelian jika harga yang ditawarkan sepadan dengan kualitas produk dan sesuai dengan harapan. Dengan demikian, harga yang ditetapkan Mixue mampu menciptakan persepsi positif sehingga meningkatkan keputusan pembelian.(12)

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mixue Arcamanik Endah

Kualitas produk dan harga merupakan dua faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk dengan kualitas baik akan meningkatkan kepuasan dan keyakinan konsumen untuk membeli, sementara harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produk akan memperkuat keputusan tersebut. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk dan semakin sesuai harga yang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan konsumen mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji hipotesis simultan (uji F) diketahui bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini diperoleh dari hasil perhitungan nilai F_{hitung} sebesar 53.578 $> F_{tabel}$ 3,939 dengan nilai signifikansi hitung $0,000 < 0,10$, maka dapat dinyatakan bahwa secara simultan H_0 ditolak, artinya variabel Kualitas Produk dan Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara

simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian pada Mixue Arcamanik Endah. Hasil analisis koefisien determinasi didapat hasil sebesar 0,694 atau 69,4% kontribusi secara simultan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (5). Kualitas produk memberikan kepuasan dan keyakinan, sedangkan harga memperkuat persepsi nilai. Kombinasi keduanya secara positif meningkatkan kemungkinan konsumen memutuskan untuk membeli. Interaksi antara kualitas produk dan harga menghasilkan persepsi nilai yang lebih kuat. Produk berkualitas baik akan lebih dihargai jika ditawarkan dengan harga yang sesuai, sementara harga yang terjangkau akan lebih menarik jika produk yang ditawarkan berkualitas. Keseimbangan ini membuat konsumen merasa keputusan pembelian mereka tepat dan bermanfaat. Keputusan pembelian merupakan hasil evaluasi konsumen atas manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan pengorbanan yang diberikan, di mana kualitas produk dan harga menjadi faktor utama dalam evaluasi tersebut (13).

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kedua

variabel tersebut berkontribusi sebesar 69,4% terhadap keputusan pembelian, yang berarti bahwa semakin baik kualitas produk dan semakin sesuai harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen terhadap produk Mixue. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

1. Anggi Siti Hartinah¹, Syahrul Alim² KSB. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea. *J Manag ...* [Internet]. 2023;6(2):345–535.
2. Widiyanto R, Setiyanto adi irawan. Analisis keputusan pembelian produk mixue melalui faktor harga, kualitas produk, lokasi, dan promosi. 2020;
3. Akbari MI, Hastoko YP. Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman bir pletok di Hana Kuliner Jakarta. 2022;1(5):298–307.
4. Setiawan I. Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk mixue. 2024;15(1):1–54.
5. Amirudin, Anggraini RR, Hermawan H. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Umkm Global Bakery Parung Bogor. 2024;14:246–54.
6. Ferdinand F, Saputra MH, Tan F, Favian L, Tio M. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mixue di The Hok. 2024;3(1):323–35.
7. Pasaribu SSM, Hidayat AM. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap

- Keputusan Pembelian. *J Inform Ekon Bisnis*. 2023;5:1065–71.
8. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke. Bandung: ALFABETA CV; 2021. 348 p.
 9. Harjadi D. *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. cetakan 1. Cirebon: Penerbit Insania; 2021. 114 p.
 10. Sundari E, Hanafi I. *Manajemen Pemasaran [Internet]*. Pratama D, editor. Vol. 11, uin press. uinpress; 2023. 152 p. Available from: <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
 11. Yufiansya Fauza Mirad, Yenny Maya Dora. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mixue Di Cimahi Utara. *J Bisnis, Ekon dan Sains*. 2023;2(1):260–73.
 12. Putri A rahma. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Tangerang Selatan. 2024;4(1):167–76.
 13. Hasrul. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Barang di Toserba Cahaya Ujung (CU) Baru Kota Parepare (. 2023;131.