

## **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan**

Gracella Rosnah S Hutagalung<sup>1</sup>, Muhammad Ilham Fiqri<sup>2</sup>, Novia Grace Cristin Limbong<sup>3</sup>,  
Serly Sahfitri<sup>4</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Email: gracellasuci@gmail.com

### **Abstrak :**

Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian makanan di Kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan adalah subjek penelitian ini. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada lima puluh siswa yang sering membeli makanan di kantin. Analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien regresi 0,479, yang menunjukkan bahwa meningkatkan kualitas produk dapat meningkatkan keputusan pembelian. Harga juga berpengaruh signifikan, dengan koefisien 0,405, yang menunjukkan bahwa harga yang tepat dapat meningkatkan keputusan pembelian. Harga dan kualitas produk masing-masing bertanggung jawab atas 64,2% variasi dalam keputusan pembelian. Jadi, untuk menarik pelanggan baru, pengelola kantin harus berkonsentrasi pada meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan preferensi mahasiswa.

**Kata kunci: Kualitas produk, Harga, Keputusan Pembelian, Kantin, Mahasiswa.**

### **Abstract :**

*The influence of product quality and price on food purchasing decisions at the Faculty of Economics Canteen, Universitas Negeri Medan, is the subject of this research. Data were collected by distributing questionnaires to fifty students who frequently purchase food at the canteen. The analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS. The results show that product quality has a significant effect on purchasing decisions, with a regression coefficient of 0.479, indicating that improving product quality can enhance purchasing decisions. Price also has a significant effect, with a coefficient of 0.405, indicating that the right price can improve purchasing decisions. Price and product quality are each responsible for 64.2% of the variation in purchasing decisions. So, to attract new customers, the cafeteria manager must focus on improving product quality and setting prices that align with student preferences.*

**Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision, Canteen, Students**

## PENDAHULUAN

Kantin kampus adalah salah satu fasilitas strategis yang dimaksudkan untuk mendukung aktivitas akademik dan memenuhi kebutuhan makanan siswa. Kantin di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan (FE UNIMED) menjadi tempat penting bagi mahasiswa untuk mendapatkan makanan dengan harga terjangkau dan cepat. Namun, keberhasilan kantin sebagai penyedia makanan bergantung pada kualitas produk dan ketersediaannya. Persepsi konsumen terhadap produk makanan sangat dipengaruhi oleh kualitasnya, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk membeli sesuatu (Wardhana, 2024).

Kualitas produk adalah kemampuan seorang produsen untuk memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan. Industri makanan menggunakan beberapa faktor utama untuk mengukur kualitas makanan, seperti rasa, kebersihan, kesegaran, tekstur, dan penyajian (Daga, 2019). Konsumen, termasuk mahasiswa, cenderung memilih makanan yang menyenangkan dan memenuhi kebutuhan mereka.

Mahasiswa, sebagai pelanggan utama kantin FE UNIMED, memiliki preferensi makanan yang unik. Namun, fenomena kantin yang umum menunjukkan ketidakpuasan mahasiswa terhadap produk yang diberikan. Beberapa mahasiswa mengeluh tentang rasa makanan yang tidak konsisten, kebersihan yang tidak terjamin, dan penyajian yang tidak menarik. Ketidakpuasan terhadap elemen-elemen ini dapat mengurangi keinginan untuk membeli barang dan bahkan dapat memengaruhi persepsi kantin sebagai tempat makan di kampus. Situasi ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk adalah salah satu cara untuk meningkatkan daya tarik dan loyalitas pelanggan.

Kualitas produk juga berdampak langsung pada cara pelanggan melihat nilai. Makanan dengan rasa lezat, bahan segar, dan disajikan secara higienis dapat memberikan nilai tambah yang

signifikan bagi pelanggan, menurut penelitian mahasiswa sering mengutamakan kualitas di lingkungan kampus, terutama ketika berkaitan dengan kesehatan dan kenyamanan. Oleh karena itu, kualitas produk tidak hanya memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian, tetapi juga memainkan peran penting dalam memberikan pengalaman pengguna yang menyenangkan.

Dan selain kualitas produk, harga juga memainkan peran penting dalam membuat keputusan tentang apa yang akan Anda beli. Mahasiswa, konsumen utama kantin kampus, cenderung memiliki anggaran terbatas, jadi mereka lebih selektif dalam memilih makanan yang memberikan keseimbangan antara harga dan kualitas. Studi menunjukkan, bagaimanapun, bahwa kualitas produk seringkali lebih penting daripada harga ketika memutuskan untuk membeli sesuatu, terutama jika produk tersebut mampu memberikan nilai tambahan seperti rasa yang lezat, kebersihan, dan tampilan yang menarik (Parida Meida Fera et al., 2023).

Dalam konteks pemasaran, kualitas produk tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian tetapi juga menciptakan pengalaman positif yang berpotensi meningkatkan loyalitas konsumen (Asiva Noor Rachmayani, 2023). Oleh karena itu, sangat penting bagi pengelola kantin FE UNIMED untuk memahami aspek kualitas produk untuk membuat strategi yang memenuhi kebutuhan mahasiswa. Kajian ini juga penting untuk memberikan rekomendasi berbasis data yang dapat membantu pengelola kantin meningkatkan daya saing mereka di antara penyedia makanan lainnya di sekitar kampus.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi secara menyeluruh bagaimana kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian makanan mahasiswa di kantin FE UNIMED. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang relevan dan menjelaskan bagaimana faktor-faktor kualitas seperti rasa, kebersihan, dan

penyajian memengaruhi preferensi mahasiswa. Penelitian ini diharapkan akan menambah literatur perilaku konsumen di sektor pendidikan tinggi dan membantu pengelola Kantin membuat strategi pemasaran.

Dengan demikian, penelitian ini sangat penting untuk dilakukan. Hasil penelitian ini, yang berfokus pada "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan (Mahasiswa Fakultas Ekonomi)", diharapkan dapat memberikan saran praktis untuk pengelolaan kantin kampus dan mendorong peningkatan layanan yang berkelanjutan

### Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang diatas, maka dapat di buat rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan pada makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan ?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan ?

### Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan pada makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan
3. Untuk menganalisis pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

### Hubungan Antar Konsep

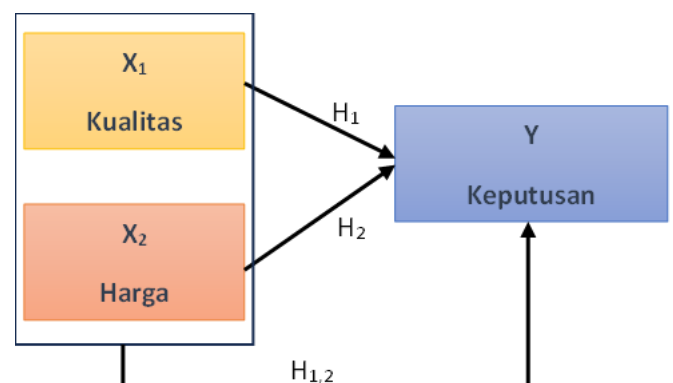
Kualitas produk seperti rasa, kebersihan, dan penyajian juga menjadi faktor utama yang

memengaruhi keputusan pembelian makanan, terutama di kalangan mahasiswa, yang cenderung selektif dalam memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Harga dan kualitas produk juga merupakan faktor penting dalam proses keputusan pembelian makanan. Akibatnya, untuk memenuhi ekspektasi mahasiswa dan meningkatkan loyalitas pelanggan mereka, kantin harus terus memberikan kualitas makanan yang baik dan menawarkan harga yang kompetitif.

### Hipotesis

1. Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan pada makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Ada pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

### Kerangka Penelitian



## TINJAUAN LITERATUR

### 1. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk menunjukkan fungsinya, seperti ketahanan, kepercayaan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan kemudahan reparasi, selain atribut lainnya (Khotimah & Prastuti, 2020).

Tujuan dari penerapan kualitas pada produk yaitu :

- a) Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Pengalaman yang menyenangkan dari produk berkualitas tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
- b) Menciptakan Keunggulan Kompetitif: Produk berkualitas tinggi dapat membuat Anda berbeda dari pesaing Anda, meningkatkan daya saing Anda di pasar.
- c) Meningkatkan Reputasi dan Citra Usaha: Konsumen mendapatkan kesan positif tentang perusahaan melalui produk berkualitas tinggi.

### 2. Harga

Harga adalah jumlah yang dibayarkan untuk suatu barang atau jasa. Dan harga mencakup semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Pemasar tidak dapat membuat rencana untuk produk atau program pemasaran kemudian menetapkan harga menggunakan pendekatan harga berdasarkan nilai, yang menggunakan persepsi nilai pembeli daripada biaya penjual sebagai dasar penetapan harga. Sebelum ditetapkan, harga dihitung bersama dengan variabel pemasaran lainnya (Sudiyono et al., 2018).

Tujuan penetapan harga pada sebuah usaha yaitu :

- a) Menentukan Keuntungan Usaha: Usaha dapat memperoleh keuntungan terbaik dengan harga yang tepat.
- b) Menarik Pelanggan: Jika harga produk sesuai dengan nilainya, pelanggan dapat tertarik untuk membeli.

- c) Menciptakan Citra Produk: Harga sering digunakan untuk menciptakan persepsi tertentu, seperti produk premium dengan harga tinggi.
- d) Mengimbangi Biaya Produksi: Salah satu tujuan utama penetapan harga adalah untuk mengurangi biaya operasi dan produksi.

### 3. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong, Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu, termasuk memutuskan apa yang akan dibeli dan apa yang tidak (Zusrony, 2021).

Terdapat enam keputusan pembelian yang dilakukan oleh pembeli yaitu :

- a) Pilihan Produk  
Konsumen dapat memilih untuk membeli suatu barang atau menggunakan uang untuk tujuan lain. Perhatiannya tertuju pada orang-orang yang ingin membeli barang alternatif yang mereka pertimbangkan.
- b) Pilihan Merek  
Konsumen harus memutuskan merek mana yang akan dipilih. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.
- c) Pilihan Saluran Distribusi  
Setiap konsumen berbedabeda dalam hal menentukan cara yang mana yang paling efektif dikarenakan faktor lokasi, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan berbelanja, keluasan tempat dan sebagainya.
- d) Waktu Pembelian  
Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu berbelanja atau membeli bisa berbeda-beda, misalnya ada yang berdasarkan waktu liburan, keperluan bisnis, mengisi waktu luang, seminar, event, dan sebagainya.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian ilmiah yang terdiri dari bagian-bagian yang disusun secara sistematis dengan tujuan untuk mengidentifikasi hubungan kausalitas antara bagian-bagian tersebut. Pusat dari penelitian kuantitatif adalah proses pengukuran, yang memungkinkan hubungan mendasar antara pengamatan empiris dan ekspresi matematika dari hubungan kuantitatif (Muhammad Darwin et al., 2021).

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang sering melakukan pembelian makanan di kantin fakultas tersebut. Populasi penelitian terdiri dari siswa dari berbagai latar belakang pendidikan dan kebutuhan konsumsi. Mereka berasal dari sembilan program studi: akuntansi, bisnis digital, ilmu ekonomi, kewirausahaan, manajemen, administrasi perkantoran, pendidikan akuntansi, bisnis, dan ekonomi.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, dan sampelnya terdiri dari 50 mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah membeli makanan di kantin setidaknya tiga kali dalam satu bulan terakhir. Pemilihan sampel ini dilakukan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang terkait dengan variabel penelitian, seperti kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

### Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan 2 sumber penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Medan melalui pengisian kuesioner yang berisi pertanyaan tentang kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian makanan di kantin. Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan institusi, dan data resmi universitas yang memberikan informasi

tambahan, seperti jumlah mahasiswa dan pembagian program studi.

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara online melalui Google Form. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang preferensi mahasiswa fakultas tentang kualitas produk, harga, dan pilihan pembelian makanan.

### Instrumen Penelitian

Studi ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Setiap pertanyaan dalam kuesioner dirancang dengan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

**Tabel 1. Skala Likert**

Nilai	Jawaban Responden
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

### Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, program SPSS versi 27 digunakan. Analisis yang dilakukan bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana kualitas produk dan harga memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli makanan di kantin di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

### Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity*, yang berarti sejauh mana ketepatan dan keakuratan suatu instrumen atau alat ukur dalam melakukan fungsi pengukurannya (Suhirman & Yusuf, 2019). Dalam penelitian ini, korelasi moment produk Pearson digunakan untuk mengevaluasi validitas item pertanyaan pada angket. Syarat minimum untuk menganggap item pertanyaan memenuhi syarat valid adalah jika nilai signifikansi  $< 0,05$ .

## Uji Reliabilitas

Instrumen atau pernyataan yang dianggap reliabel didefinisikan sebagai alat yang, setelah digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, menghasilkan data yang identik (Ummah, 2021). Untuk tujuan penelitian ini, uji statistik cronbach's alpha digunakan; variabel dianggap reliabel jika memiliki nilai cronbach's alpha yang  $> 0,6$ .

## Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan linier yang ada antara satu variabel bebas (independen) dan satu atau lebih variabel terikat (dependen). Dalam analisis regresi linier, variabel dependen dianggap sebagai variabel yang dipengaruhi, dan variabel independen dianggap sebagai variabel yang mempengaruhi (Sahir, 2021).

Dalam analisis regresi linear berganda terdapat 3 jenis uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel yaitu :

### 1. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual terhadap penjelasan variabel dependen. Uji ini juga digunakan untuk mengevaluasi koefisien regresi parsial dari variabel independen.

### 2. Uji F

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) dalam model mempengaruhi variabel dependen (terikat) secara keseluruhan.

### 3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya, uji R Square atau koefisien determinasi digunakan. Selain itu, uji ini akan menunjukkan persentase pengaruh variabel bebas (X) secara bersamaan terhadap variabel terikat (Y). Dalam kasus ini, koefisien determinasi dapat menjelaskan akurasi determinasi variabel bebas secara bersamaan dengan variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN.

### Hasil

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Variabel X <sub>1</sub> (Kualitas Produk)	P1	0,735	0,279	Valid
	P2	0,812		Valid
	P3	0,748		Valid
	P4	0,603		Valid
	P5	0,764		Valid
Variabel X <sub>2</sub> (Harga)	P6	0,861	0,279	Valid
	P7	0,779		Valid
	P8	0,669		Valid
Variabel Y (Keputusan Pembelian)	P9	0,742	0,279	Valid
	P10	0,817		Valid
	P11	0,778		Valid
	P12	0,545		Valid

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>) dan Keputusan Pembelian (Y) telah dilakukan uji validitas sehingga dapat diketahui setiap pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel, sehingga dapat disimpulkan semua pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Variabel X <sub>1</sub> (Kualitas Produk)	0,806	$> 0,6$	Reliabel
Variabel X <sub>2</sub> (Harga)	0,848	$> 0,6$	Reliabel
Variabel Y (Keputusan Pembelian)	0,802	$> 0,6$	Reliabel

Berdasarkan data pada Tabel 3 dapat dilihat dari hasil uji reliabilitas setelah dilakukan uji valid yaitu memiliki nilai *cronbach's alpha* seluruh variabel  $> 0,6$  yang memiliki makna seluruh butir pernyataan

yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

**Uji Hipotesis**

**Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandarized Coefficients		Sig
	B	Std. Error	
(Constant)	1,116	1,428	0,439
Kualitas Produk	0,479	0,147	0,002
Harga	0,405	0,135	0,004

Dari Tabel 3 dapat diketahui persamaan regresi yaitu sebagai berikut :

$$Y = 1,116 + 0,479 X_1 + 0,405 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas ,dapat diperoleh penjelasan mengenai persamaan tersebut yaitu :

1. Nilai  $\beta_0$  = Konstanta = 1,116  
Menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga memiliki nilai konstanta, maka variabel keputusan pembelian akan bernilai 1,116
2. Nilai  $\beta_1$  = Koefisien regresi kualitas produk ( $X_1$ ) = 0,479  
Menunjukkan bahwa apabila kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,479 atau 47,9 %
3. Nilai  $\beta_2$  = Koefisien regresi kualitas produk ( $X_2$ ) = 0,405  
Menunjukkan bahwa apabila harga mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,405 atau 40,5 %

**Tabel 5. Uji t**

Variabel	t <sub>tabel</sub>	t <sub>hitung</sub>	Sig	Kriteria
Kualitas Produk	2,010	3,267	0,002	H <sub>1</sub> (diterima)
Harga	2,010	3,006	0,004	H <sub>2</sub> (diterima)

Berdasarkan dari Tabel 4 mengenai uji t dapat diambil penjelasan sebagai berikut :

1. Pada kualitas produk nilai  $t_{hitung} = 3,267 > t_{tabel} = 2,010$  dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  yang menunjukkan adanya pengaruh secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Pada harga nilai  $t_{hitung} = 3,006 > t_{tabel} = 2,010$  dengan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$  yang menunjukkan adanya pengaruh secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

**Tabel 6. Uji F**

Model		Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	223,424	2	111.712	42.174	0,001
	Residual	124,496	47	2.649		
	Total	347,920	49			

Berdasarkan dari Tabel 5 mengenai uji F dapat diambil penjelasan sebagai berikut :  
Nilai  $F_{hitung} = 42,174 > F_{tabel} = 3,20$  dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  yang menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

**Tabel 7. Hasil Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	0,801	0,642	0,627	1,62753

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) adalah 0,642, yang menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu kualitas produk dan harga, memberikan 64,2% dari nilai variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini memberikan 35,8% dari sisa nilai.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan dari hasil analisis regresi, kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan nilai koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,479, hasil perhitungan menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas produk akan berpengaruh pada peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,479, atau sekitar 47,9 persen. Dengan kata lain, jika kualitas produk ditingkatkan, konsumen akan memutuskan untuk membeli produk yang lebih baik.

Hasil menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial, menurut nilai uji signifikansi. Nilai t tabel sebesar 2,010 kurang dari nilai t hitung sebesar 3,267, dan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih rendah dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memengaruhi pilihan makanan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Dengan kata lain, kualitas produk adalah faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen tentang apa yang mereka beli. Peningkatan kualitas dapat menjadi metode yang efektif untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar.

### **2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan dari hasil analisis regresi, menunjukkan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian; nilai koefisien regresi harga sebesar 0,405 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada harga produk akan menyebabkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,405, atau sekitar 40,5%, yang menunjukkan bahwa pelanggan cenderung membuat pilihan yang lebih baik untuk membeli produk tertentu meskipun harganya lebih tinggi, mungkin karena persepsi kualitas atau nilainya yang lebih baik.

Dengan hasil dari uji signifikansi yang menunjukkan bahwa harga sangat memengaruhi keputusan pembelian. Nilai t tabel sebesar 2,010 kurang dari nilai t hitung sebesar 3,006, dan nilai signifikansi sebesar 0,004 kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa keputusan untuk makan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dipengaruhi secara signifikan oleh harga. Dengan kata lain, salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembeli untuk membeli barang adalah harga; perubahan harga yang tepat dapat menjadi salah satu cara untuk membantu pembeli membuat keputusan yang lebih baik.

### **3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil dari analisis simultan menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 42,174 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,20, dan nilai signifikansi sebesar 0,001 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa, ketika datang ke kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, keputusan untuk membeli makanan dipengaruhi secara signifikan oleh harga dan kualitas produk. Dengan kata lain, bukan satu faktor saja yang memengaruhi keputusan pembelian; sebaliknya, faktor-faktor ini saling berkorelasi.

Berdasarkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,642, variabel kualitas produk dan harga dapat bertanggung jawab atas 64,2 persen dari variasi keputusan pembelian, menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memainkan peran yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sebaliknya, faktor-faktor lain mungkin bertanggung jawab atas 35,8 persen dari variasi keputusan pembelian.



## KESIMPULAN

Menurut hasil penelitian yang dilakukan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk makanan. Penelitian ini juga mengidentifikasi bagaimana kedua komponen tersebut berinteraksi satu sama lain dan mempengaruhi keputusan konsumen tentang apa yang mereka beli. Berikut adalah hasil utama penelitian :

1. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang apa pun; setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas produk dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli barang apa pun sebesar 47,9%. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk adalah komponen penting yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang apa pun.
2. Harga juga sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen; dengan koefisien regresi sebesar 0,405, setiap kenaikan satu satuan pada harga produk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 40,5%. Ini menunjukkan bahwa, meskipun harga produk lebih tinggi, konsumen masih cenderung mempertimbangkan kualitas atau nilai produk saat mereka membuat keputusan untuk membeli barang.
3. Kualitas produk dan harga, secara bersamaan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, menurut analisis simultan. Nilai F hitung 42,174 lebih besar dari F tabel 3,20, yang menunjukkan bahwa kedua komponen ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk dan harga bertanggung jawab atas 64,2 persen dari variasi keputusan pembelian, sementara faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini bertanggung jawab atas 35,8 %

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penyedia produk harus

mempertimbangkan kualitas dan harga pada saat yang sama untuk membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik tentang apa yang mereka beli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asiva Noor Rachmayani. (2023). *Kepuasan Pelanggan Di Era Digital: Strategi Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Jangka Panjang* (T. Yuwanda (ed.)). TAKAZA INNOVATIX LABS.
- Daga, R. (2019). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (ed.)). GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- Khotimah, H., & Prastuti, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, k Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Biro klasifikasi Indonesia (persero), Jakarta utara. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–21.
- Muhammad Darwin, Sylvia, M. R. M. S. A. S. Y. N. H. T. D., & Gebang, I. M. D. M. A. B. P. P. V. A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (T. S. Tambunan (ed.)). CV MEDIA SAINS INDONESIA.
- Parida Meida Fera, Erny Amriani Asmin, & Rachmat Gunawan. (2023). Brand Image Memediasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 23–40.  
<https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1251>
- Sahir, S. H. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). KBM INDONESIA.
- Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*.
- Suhirman, & Yusuf. (2019). *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Panduan Praktis* (Mustain (ed.)). Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN

Mataram.

Ummah, M. S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapann (ed.)). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

Wardhana, A. (2024). *CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL ERA 4.0 – EDISI INDONESIA* (M. Pradana (ed.); 1st ed., Issue August). Eureka Media Aksara.

Zusrony, E. (2021). *Perilaku konsumen* (R. A. Kusumajaya (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.