



Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Donat Madu Pada Donat Madu Cihanjuang Cabang Rangkasbitung

Mia Antika

miaantika0604@gmail.com

Universitas Pamulang

Aldila Rahma Putri

dosen02570@unpam.ac.id

Universitas Pamulang

Korespondensi penulis: miaantika0604@gmail.com

Abstrak. The purpose of this study was to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions for Honey Donuts at Honey Donuts Cihanjuang Rangkasbitung Branch. The method used is the associative descriptive method. The sampling technique used is simple random sampling with sampling using the Slovin formula and obtained 91 respondents. Data analysis using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing. The results of the analysis found that price (X1), product quality (X2) have a positive effect on purchasing decisions (Y) and are significant. With the regression equation $Y = 6,244 + 0.403 X1 + 0.352 X2$. The correlation value of 0.828 is in the interval 0.80-1,000 (very strong). The determination coefficient value is 68.5% while the remaining 31.5% is influenced by other factors. The hypothesis test obtained the Fcount value $> Ftable$ or $(95.774 > 3.95)$ and significant $0.000 < 0.005$. Thus H_0 is rejected and H_3 is accepted. This means that there is a significant influence simultaneously between Price and Product Quality which have a significant effect on Purchasing Decisions at Cihanjuang Rangkasbitung Honey Donuts.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decisions

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Donat Madu pada Donat Madu Cihanjuang Cabang Rangkasbitung. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif asosiatif. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dan diperoleh 91 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis menemukan bahwa harga (X1), kualitas produk (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dan signifikan. Dengan persamaan regresi $Y = 6.244 + 0,403 X1 + 0,352 X2$. Nilai korelasi sebesar 0,828 masuk pada interval 0,80-1,000 (sangat kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar 68,5% sedangkan sisanya sebesar 31,5% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(95,774 > 3,95)$ dan signifikan $0,000 < 0,005$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Harga dan Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat madu cihanjuang rangkasbitung.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Donat merupakan makanan yang mengandung karbohidrat tinggi yang memiliki rasa yang manis karena terbuat dari tepung terigu, gula, telur, dan mentega. Pada umumnya donat memiliki bentuk yang unik yaitu bulat dan tengahnya memiliki lubang yang berbentuk bulat seperti cincin. Negara asal donat itu sendiri berasal dari negara Amerika utara yang dijadikan sebagai makanan penutup.

Menurut data statistik umum industri makanan pasar donat secara global diperkirakan bernilai \$15,78 miliar pada tahun 2021 dan mengalami peningkatan 3,4% pada tahun 2023.

Kemudian, sebanyak 203,09 juta penduduk amerika serikat mengkonsumsi donat setiap tahunnya. Hal itu, memunjukkan bahwa trend konsumsi donat diamerika serikat setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Brand-brand ternama dunia yaitu krispy kreme, J.Co, The Harvest, Dunkin donuts dan masih banyak lainnya memiliki cita rasa dan kualitas tersendiri terhadap produk donat mereka. Mereka berkompetisi dalam memperbaiki kualitas produk donat mereka agar dapat diminati oleh masyarakat dalam maupun luar negeri.

Brand pertama kali yang membawa donat ke indonesia adalah American donut Djakarta yang pada saat itu donat masih disajikan dengan cara digoreng dengan mesin otomatis. Trand makanan manis di indonesia sangat digemari oleh kalangan masyarakat indonesia baik dari usia anak-anak hingga dewasa.

Konsumsi donat dan roti manis berada diperingkat pertama pada tahun 2021 yang mengkonsumsi donat dan roti manis mengalami kenaikan hingga mencapai 2.818, pada tahun 2022 konsumsi donat menurun hingga 2.774, dan terjadi lagi penurunan konsumsi donat dan roti manis ditahun 2023 hingga tersisa sebanyak 2.629, dapat kita simpulkan bahwa konsumsi donat dan roti manis berada diperingkat pertama dengan konsumen terbanyak ditahun 2021.dan penurunan terjadi di tahun 2022-2023. Perkembangan donat yang dibidang cukup pesat, membuat banyak masyarakat Indonesia yang melakukan modifikasi atas produk donat tersebut. Seperti pada brand Donat Madu Cihanjuang, yang melakukan kombinasi antara donat yang biasanya hanya ditaburi coklat dan sejenisnya. Dalam brand ini donat dikombinasikan dengan madu khas indonesia, sehingga memiliki cita rasa yang unik dan berbeda dari donat pada umumnya.Perkembangan donat yang dibidang cukup pesat, membuat banyak masyarakat Indonesia yang melakukan modifikasi atas produk donat tersebut. Seperti pada brand Donat Madu Cihanjuang, yang melakukan kombinasi antara donat yang biasanya hanya ditaburi coklat dan sejenisnya. Dalam brand ini donat dikombinasikan dengan madu khas dari indonesia, sehingga memiliki cita rasa yang unik dan berbeda dari donat pada umumnya.

Setiap bulannya penjualan pada tahun 2021 mengalami fluktuasi kenaikan penjualan dan penurunan di beberapa bulannya. Kenaikan tertinggi pada tahun 2021 terletak pada bulan Desember yaitu sebanyak 301 buah donat kenaikan penjualan donat madu. Sedangkan, penjualan terendah pada bulan November terdapat 233 buah donat penjualan mengalami penurunan. jadi selama satu tahun di tahun 2021 sebanyak 4.957 penjualan donat madu.

Selanjutnya, pada tahun 2022 terdapat kenaikan penjualan pada bulan febuari yaitu sebanyak 110 buah donat. Sedangkan pada bulan maret terjadi penurunan sebanyak 270 buah donat penjualan mengalami penurunan. jadi selama satu tahun di tahun 2022 sebanyak 3,820 penjualan donat madu. Pada tahun 2023 febuari terjadi kenaikan 156 buah donat penjualan, dan mengalami penurunan pada bulan oktober sebanyak 213 buah donat penjualan. jadi selama satu tahun di tahun 2023 sebanyak 3,515 penjualan donat madu.

Donat sangat digemari oleh banyak kalangan selain karena memeiliki rasa yang manis serta bentuk yang unik, harga juga menjadi faktor banyaknya konsumen yang mengkonsumsi donat. Donat memiliki harga yang relatif murah berbeda beda, ada yang murah dan ada yang mahal hal itu tergantung dari kualitas produk yang ditawarkan oleh setiap brandnya.

Dari perbandingan harga antara tiga brand (Donat Madu Cihanjung, Donat Dapur Ola dan Donat J.Co) dapat terlihat bahawa harga yang ditawarkan tidak jauh berbeda. dari tabel tersebut harga yang ditawarkan paling murah pada brand Donat madu cihanjuang yaitu Rp 48.000/lusin untuk donat mini dibandingkan dengan donat mini pada brand Dapur Ola Rp 50.000 maupun

donat dari brand J.Co Rp 50.000. Sedangkan pada donat madu regular donat madu cihanjuang memiliki harga Rp 65.000/lusin lebih murah dibandingkan dengan harga donat regular dari brand Dapur Ola yaitu Rp 75.000 dan brand J.Co Rp 86.000. Dari ketiga brand donat tersebut dapat terlihat bahwa harga donat madu cihanjuang memiliki harga yang relatif murah.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi dan daya tahan yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam segi makanan kualitas produk sangat diperhatikan, karena hal itu menyangkut dengan kesehatan tubuh. Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam menentukan kualitas produk untuk setiap bahan makanan. Kualitas produk memberikan rasa puas konsumen kepada suatu produk, sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang dan memiliki rasa loyal terhadap barang.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Donat Madu pada Donat Madu Cihanjuang Cabang Rangkasbitung”**

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2022:2) menyatakan “metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan kegunaan dan tujuan tertentu dengan memperhatikan empat kata kunci yaitu ilmiah, rasional, empiris dan sistematis Menurut Darmadi (2013:153) menyatakan “metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu cara ilmiah ini berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Menurut Siregar (2017:5) menyatakan metode penelitian dibedakan menjadi delapan kategori diantaranya: metode penelitian survei (survei research), metode penelitian ex post facto, metode penelitian percobaan (eksperimen reseach), penelitian naturalistik, metode penelitian policy, metode penelitian Tindakan, metode penelitian evaluasi, dan metode penelitian Sejarah. Kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data penelitian survei dimana membutuhkan partisipan untuk mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap dikembalikan kepada peneliti”.

Objek penelitian ini dilaksanakan di Jl. Multatuli No.54, Muara Ciujung Barat., Kec. Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Banten. penelitian ini dilaksanakan selama 12 hari dan 10 hari yang dimulai pada 19 April – 30 April 2024 dan penelitian ke dua dimulai pada 16 Juni – 25 Juni 2024. Penelitian ini dilakukan secara bertahap diawali dengan pengumpulan data, pengolahan data yang didapat, dan penyusunan penulisan proposal skripsi.

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung donat madu cihanjuang cabang rangkasbitung selama satu tahun tahun 2023 yaitu sejumlah 1.050 pengunjung.

Menurut Sugiyono (2017: 81) mendefinisikan sampel adalah bagian atau jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. dalam penelitian ini pengumpulan sampel menggunakan sampel simple random sampling atau bisa disebut pengambilan sampel secara acak menurut Sugiyono (2013:64) menyatakan “simple random sampling merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”.

Metode pengambilan sampel dengan menggunakan rumus solvin untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan sebesar 10% yang dikemukakan oleh skripsi Barata

(2021:57). jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 91,30 dibulatkan menjadi 91 responden. Menurut sugiyono (2013), dalam skripsi Oktaviani (2022:45) menyatakan bahwa jika jumlah sampel mendekati populasi hasil semakin mewakili (representative).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Donat Madu Cihanjuang lahir dari ide pasangan suami istri, yakni Ridwan Iskandar dan Fanina Nisfulaily. Mereka berdua memulai bisnis ini sejak Mei 2010. Alasan mengapa dinamakan Donat Madu Cihanjuang adalah karena pasangan ini menjalankan bisnisnya untuk pertama kali di Jalan Cihanjuang. Beralamat tepatnya ada di Jalan Cihanjuang No. 158A, Kota Cimahi, Jawa Barat Hanya saja, setelah dipatenkan, namanya menjadi Donat Madu saja karena nama tempat Cihanjuang tidak dapat ikut serta dipatenkan. Pada awalnya, Ridwan dan Fanina berkeinginan untuk mengembangkan produksi makanan premium, tetapi bisa dijual dengan harga terjangkau. Untuk mewujudkannya, mereka berinovasi dengan menambahkan bahan lain pada adonan donat, yaitu madu. Madu yang digunakan merupakan madu bermutu tinggi, yakni yang berasal dari Sumbawa.

Untuk menyempurnakan inovasi ini, setidaknya diperlukan waktu selama satu tahun hingga didapatkan racikan adonan donat dengan campuran madu yang paling tepat. Komposisi adonan yang pas tak hanya menciptakan rasa enak, tetapi juga membuat Ridwan dan Fanina bisa memasang harga donat madu yang terjangkau Seiring berjalannya waktu, bisnis Donat Madu Cihanjuang makin berkembang. Kini, bisnis ini telah menjadi waralaba. Karena banyak peminatnya, kita bisa dengan mudah menemukan gerai donat madu ini di berbagai tempat. Setidaknya telah terdapat 106 gerai Donat Madu Cihanjuang yang tersebar di Jawa Barat, Jawa Tengah, Jakarta, Makassar, Bali, hingga Batam. Cemilan ini hadir dalam berbagai varian rasa dan bentuk atau karakter. Untuk ukuran single, harga donat madu Cihanjuang diberi harga mulai dari Rp.6.000 per buah. Untuk kemasan 1 lusin, bisa mendapatkan harga donat madu yang lebih murah, yaitu Rp.60.000 dan bentuknya bisa di-custom alias sesuai keinginan pembeli.

Hasil Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2018:121), dalam skripsi masyipah (2022:66) Instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Kuesioner dianggap reliabel atau handal jika jawaban individu terhadap pernyataan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini pengukuran yang dipakai adalah dengan membandingkan nilai Cronbach's Alpha dengan 0,60,

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keputusan
1	Harga	0,886	Reliabel
2	Kualitas produk	0,926	Reliabel
3	Keputusan pembelian	0,731	Reliabel

Sumber : Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 26 (2024)

variabel Harga, Kualitas produk dan Keputusan pembelian masing-masing memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60. Oleh karena itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel sangat reliabel, sehingga setiap pernyataan dapat dipercaya dan digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

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

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Donat Madu Pada Donat Madu Cihanjuang Cabang Rongkasbitung

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.65272318
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.031
	Negative	-.053
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 26 (2024)

Dari data pengujian yang dijelaskan, terlihat bahwa nilai signifikansi pada Kolmogorov-Smirnov Test adalah $\alpha = 0,200$, yang melebihi nilai $0,050$. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah distribusi persamaan dalam uji ini cenderung mengikuti distribusi normal.

Hasil Uji Autokorelasi

Autokorelasi diperiksa menggunakan uji Durbin-Watson (DW), yang membandingkan nilai DW dengan pedoman interpretasi untuk menentukan keberadaan autokorelasi dalam model regresi. Syaratnya adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi.

Tabel 3 Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin – Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.828 ^a	.685	.678	3.694	1.769
a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Harga b. Dependent Variable: Keputusan pembelian					

Sumber : Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 26 (2024)

Adapun Kesimpulan menunjukkan bahwa model regresi ini tidak mengalami autokorelasi. Ini diperkuat oleh nilai Durbin-Watson sejumlah 1.769 , yang menempati ke dalam rentang interval $1,550-2,460$.

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (X1) Terhadap (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.689	3.203		5.522	.000
	Harga	.480	.080	.536	5.984	.000
a. Dependent Variable: Keputusan pembelian						

Sumber : Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi di atas, menunjukkan persamaan $Y = 17,689 + 0,480 X1$. Ini menunjukkan:

- a. Konstanta 17,689 mengindikasikan bahwa jika variabel Harga (X1) tidak ada, Keputusan Pembelian (Y) bernilai 17.689 poin.
- b. Koefisien regresi 0,480 untuk X1 berarti bahwa, dengan konstanta tetap dan tanpa perubahan pada Kualitas produk (X2), setiap peningkatan 1 unit pada Harga (X1) akan meningkatkan Keputusan pembelian sejumlah 0,480 poin.

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (X2) Terhadap (Y)

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	20.665	1.795		11.513	.000
	<i>Kualitas produk</i>	.385	.042	.698	9.195	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi di atas, menunjukkan persamaan $Y = 20,665 + 0,385 X_2$. Ini menunjukkan:

- a. Konstanta 20.665 mengindikasikan bahwa jika variabel Kualitas produk (X2) tidak ada, Keputusan pembelian (Y) bernilai 20.665 poin.
- b. Koefisien regresi 0,385 untuk X2 berarti bahwa, dengan konstanta tetap dan tanpa perubahan pada Harga (X1), setiap peningkatan 1 unit pada Kualitas produk (X2) akan meningkatkan Keputusan pembelian (Y) sejumlah 0,385 poin.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 61 Hasil Uji Regresi Linear Berganda (X1) dan (X2) Terhadap (Y)

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	6.244	2.399		2.602	.011
	<i>Harga</i>	.403	.054	.449	7.440	.000
	<i>Kualitas produk</i>	.352	.033	.637	10.552	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 26 (2024)

Hasil perhitungan regresi pada tabel 4.17 menunjukkan persamaan $Y = 6,244 + 0,403 X_1 + 0,352 X_2$. Ini menunjukkan :

- a. Konstanta (α) senilai 6,244 mengindikasikan bahwa jika variabel Harga (X1) dan Kualitas produk (X2) tidak berubah atau dianggap nol, maka nilai Keputusan pembelian (Y) adalah 6,244.
- b. Koefisien Harga (X1) sejumlah 0,403 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Harga akan meningkatkan Keputusan pembelian sejumlah 0,403, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Koefisien positif ini berarti Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian.
- c. Koefisien Kualitas produk (X2) sejumlah 0,352 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Kualitas produk akan meningkatkan Keputusan pembelian sejumlah 0,352, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Koefisien positif ini berarti Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian

Hasil Uji t

Uji t dilakukan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan taraf signifikan 5% (0,05) sebagai pembanding, thitung dibandingkan dengan ttabel. Untuk jumlah responden $n = 91 - 2 = 89$, nilai ttabel adalah 1,986. Aturan: Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika nilai signifikansi ($p < 0,05$), variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 72 Hasil Uji t Parsial (X1) Terhadap (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.689	3.203	5.522	.000
	Harga	.480	.080	.536	5.984 .000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 26 (2024)

Hasil uji t parsial menunjukkan bahwa thitung sejumlah 5,984 melebihi nilai ttabel 1,986, namun tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Harga terhadap Keputusan pembelian pada Donat madu cihanjuang rangkasbitung.

Tabel 8 Hasil Uji t Parsial (X2) Terhadap (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.665	1.795	11.513	.000
	Kualitas Produk	.385	.042	.698	9.195 .000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 26 (2024)

Hasil uji t parsial menunjukkan bahwa thitung sejumlah 9,195 melebihi nilai ttabel 1,986, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian pada Donat madu cihanjuang rangkasbitung.

Tabel 93 Uji F Hitung

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2613.801	2	1306.900	95.774	.000 ^b
	Residual	1200.815	88	13.646		
	Total	3814.615	90			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber : Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas terlihat bahwa nilai Fhitung adalah 95,774, yang lebih besar dari nilai Ftabel 3,95, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, Ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Keputusan pembelian dan Harga terhadap Keputusan pembelian pada Donat madu cihanjuang rangkasbitung.

KESIMPULAN

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya : Pertama, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada donat madu cihanjuang rangkasbitung. Kedua, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada donat madu cihanjuang rangkasbitung. Ketiga, Secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada donat madu cihanjuang rangkasbitung.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Manajemen pemasaran (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, Dr. Prof. (2017). Cara mudah menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Klaten: Dinas Arsip dan Perpustakaan Kab. Klaten.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Manajemen pemasaran (Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). Manajemen Pemasaran Edisi-4. Yogyakarta: Andi.

JURNAL

- Ajjah, N., Harini, D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43–60.
- Asrizal Efendy Nasution, Linzzy Pratami Putri, & Muhammad Taufik Lesmana. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Cua, S., Haris Saputra, M., Dwi Anggara, A., Saputra, A., & Delya, A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Merek Sari Roti di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(1), 311–322. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.1.1584>
- Doni Setiawan, Kusuma Agdhi Rahwana, S. putri lestari. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Survei pada Konsumen Kue Erna Cake Pancatengah Kabupaten Tasikmalaya). 1(11), 3995–3999. [http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/7757%0Ahttps://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/7757/EFRAIM SINAGA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/7757%0Ahttps://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/7757/EFRAIM%20SINAGA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen pada toko donat madu lapai. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu ...*, 3, 593–604. <https://www.valuasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/208%0Ahttps://www.valuasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/download/208/152>
- Gandi, V. P., & Lestari, R. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mammee Bakery Outlet M.Isa. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 92–98. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1619>
- Irfan, M. (2022). Peran Harga dan Kualitas Produk Bagi Konsumen Melakukan Pembelian Ulang di Toko Roti Primadona Surabaya. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(1), 30–36. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i1.1345>

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Donat Madu Pada Donat Madu Cihanjuang Cabang Rangkasbitung

- Kuspurnami, S., Harjanti, R. S., & Aryanto. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Donat Pada Ukm Cake And Bakery Jigo Desa Petunjungan Suci. *Akuntansi Politeknik Harapan Bersama*, 7.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *JIBM: Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146. www.investor.iddi
- Monica, A., & Bahrin, K. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kue bay tat chanaya di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(2), 174–182.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>
- Purwanto, A. B., & Risaputro, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti di Kota Semarang). *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 2(1), 77–88. <https://doi.org/10.30812/rekan.v2i1.1120>
- Roibafi, N. L., Soeprajitno, E. D., & Wihara, D. S. (2022). Analisis kualitas produk, promosi dan penampilan karyawan terhadap keputusan pembelian di toko kue riezza tart and brownies. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 133–139.
- Sidharta, M. A., & Yuliadi, E. T. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Holland Bakery Cabang Aeropolis di Kota Tangerang. *Nikamabi*, 2(2), 69–75. <https://doi.org/10.31253/ni.v2i2.2586>

LINK

<https://id.wikipedia.org>

ig: @donatmadurangkasbitung

<https://satmesin.com/2023/04/10/asal-usul-dan-sejarah-donat-di-indonesia/>

<https://gusto.co.id/sejarah-donat.html>

<https://pergikuliner.com>

<https://www.tokopedia.com>

<https://www.semuaabis.com/donat-madu-cihanjuang-cabang-0815-1780-8055>