

# **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bolu Kemojo Gerai Aurel Mandiri Kabupaten Kuantan Singingi**

**Rosmita<sup>1</sup>, Ditha Andella<sup>2</sup>,**

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau, Jln. Kaharuddin Nasution No.13 Perhentian MArpoyan, Pekanbaru, Indonesia 90221*

Email: [rosmita@soc.uir.ac.id](mailto:rosmita@soc.uir.ac.id), [dithaandella@student.uir.ac.id](mailto:dithaandella@student.uir.ac.id)

## **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus Bolu Kemojo Pada Gerai Aurel Mandiri di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi). Indikator penelitian kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini meliputi freshness (kesegaran), presentation (penampilan), taste (rasa), dan innovative food (inovasi makanan). Indikator keputusan pembelian yang digunakan meliputi identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian dan konsumsi, serta evaluasi purnabeli. Teknik penarik dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling isidental dengan konsumen sebanyak 116 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara, koesioner, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data adalah analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil analisis uji t dapat dijelaskan bahwa kualitas produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian bolu kemojo di Kelurahan Muara Lembu, dimana variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar  $12,678 > 11,400$ . Uji R<sup>2</sup> sebesar 0,581 (58,1%) ini artinya kualitas produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap bolu kemojo pada gerai Aurel Mandiri di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi sebesar 58,1%. Sedangkan sisanya sebanyak 46,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Dari hasil kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saya sebagai penulis memberikan saran kepada pihak Gerai Aurel Mandiri diharapkan meningkatkan kualitas produknya agar keputusan pembelian konsumen selalu meningkat setiap tahunnya dengan cara seperti menambahkan pengawat makanan supaya lebih lama, menambah varian rasa, memberi label pada kemasan supaya usaha semakin berkembang.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

## **Abstract**

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality on purchasing decisions (a case study of Bolu Kemojo at Aurel Mandiri Outlets in Muara Lembu Village, Singingi District, Kuantan Singingi Regency). Product quality research indicators used in this study include freshness (freshness), presentation (appearance), taste (taste), and innovative food (food innovation). Purchasing decision indicators used include identification of needs, information search, evaluation of alternatives, purchase and consumption, and after-sales evaluation. Withdrawal technique in this study using incidental sampling technique with 116 consumers. Data collection methods used in this study include interviews, questionnaires, observation,*

*documentation, and literature study. The data analysis technique is simple linear regression analysis. Based on the results of the t-test analysis, it can be explained that product quality has a significant positive effect on purchasing decisions for sponge cakes in Muara Lembu Village, where the product quality variable has a significance value of 12,678 > 11,400. The R2 test of 0.581 (58.1%) means that the quality of the product has an influence on consumer purchasing decisions for the Kemojo cake at the Aurel Mandiri outlet in Muara Lembu Village, Singingi District, Kuantan Singingi Regency by 58.1%. While the remaining 46.9% is influenced by other factors not observed in this study. From the conclusions obtained in this study, I as a writer give advice to Aurel Mandiri outlets that are expected to improve the quality of their products so that consumer purchasing decisions always increase every year by ways such as adding food preservatives to make it last longer, adding flavor variants, labeling the packaging. so that the business grows.*

**Keywords:** Product Quality, Purchase Decision

## **Pendahuluan**

Pada saat sekarang dunia perbisnisan berkembang sangat pesat sehingga menjadi suatu tantangan bagi para pelaku usaha memenangkan persaingan, hal ini disebabkan karena adanya ide yang kreatif dan inovatif yang semakin lama semakin efisien. Dalam rangka mempertahankan pasar yang dimiliki dan memperebut pasar yang sudah ada, para pelaku usaha berlomba-lomba untuk memenangkan hati konsumen dengan beragam kegiatan pemasaran. Pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, sehingga usaha yang dijalankan semakin berkembang, bahkan produk kita makin dikenal oleh pembeli, sehingga para pelaku bisnis harus memikirkan sasaran yang lebih tepat.

Adanya kebutuhan dan keinginan manusia akan menimbulkan konsep produk, yakni sesuatu yang nampak dan dianggap mampu memuaskan kebutuhan atau keinginan para manusia dibelahan bumi. Konsep produk tidak hanya terbatas pada objek fisik saja, sifat terpenting dari produk adalah pembelian karena jika produk yang telah dipilih oleh konsumen tidak memenuhi standart atau kualitas yang baik

kemampuannya dalam memuaskan suatu kebutuhan manusia itu sendiri di kehidupan sehari-hari.

Peran kualitas produk menjadi semakin berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan dalam mencari konsumennya terutama Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin lebih maju dituntut untuk lebih melakukan kegiatan-kegiatan yang mengarah kepada tindakan yang efisiensi. Dimana kegiatan yang efisiensi harus dapat memperhatikan kualitas dari barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Tujuan dari kegiatan efisiensi agar konsumen mampu menjangkau harga dari produk dan jasa tersebut yang sangat berpengaruh untuk menekan biaya. Konsumen merupakan salah satu bagian yang sangat berpengaruh serta sangat penting supaya perusahaan berjalan maju. Selain itu pula, konsumen juga berperan penting dalam menjalankan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Untuk itu perusahaan haruslah memperhatikan kualitas dari produk atau jasa yang mereka berikan kepada konsumen.

Kualitas produk sangat erat hubungannya dengan keputusan kemungkinan besar konsumen akan memilih lebih memilih produk lain atau alternatif lain karena mutu yang diberikan

tidak memenuhi standart yang diinginkan oleh konsumen. Sangat banyak perusahaan yang menciptakan produk dengan model yang sama tetapi kualitasnya berbeda, dari sinilah konsumen akan menyeleksi berbagai produk dengan lebih cermat dalam memutuskan pembelian karena telah banyaknya perusahaan pesaing yang telah menciptakan produk-produk yang sejenis. Untuk menarik daya beli konsumen yang membutuhkan produk dengan kualitas produk dan promosi yang baik karena hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Selain itu banyak sekali persaingan antara perusahaan-perusahaan demi menciptakan produk atau jasa yang terbaik dan tentunya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Oleh sebab itu setiap perusahaan yang ingin perusahaannya berkembang dan maju, harus dapat memahami dan memperhatikan setiap kebutuhan dan kemauan konsumennya pada produk atau jasa yang perusahaan hasilkan serta terus melakukan inovasi- inovasi terbaru agar dapat mempertahankan kualitas dari produk atau jasa dan kepuasan konsumen.

Pada usaha dagang di Gerai Aurel Mandiri yang sudah berdiri sejak tahun 2011 yang mana sebagai ownernya adalah ibuk Rita Gusneli yang didalamnya terdapat 3 karyawan. Usaha ini sudah memiliki surat Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) dari DISPERINDAG ( Dinas Penindustrian dan Perdagangan) dengan nomor 011/IUMK/519/2018. Gerai Aurel Mandiri yang berada di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi, memiliki banyak menu yang dijual. Berikut daftar nama kue yang dijual di gerai Aurel Mandiri.

**Tabel 1.1:Daftar Nama Produk yang dijual Gerai Pada Aurel Mandiri**

No	Nama Produk	Harga/Paket
1	Bolu Kemojo: Besar Kecil	10.000 8/10.000
2	Sus Gabin	10.000/Paket
3	Pelito	10.000/Paket
4	Bolu: Besar Kecil	45-55.000/paket 10.000/paket
5	Lumpur	10.000/Paket
6	Cucur Gula Merah	10.000/Paket
7	Risol	10.000/Paket
8	Dadar Gulung	10.000/Paket
9	Pastel	10.000/Paket
10	Lopek Bugi	10.000/Paket
11	Beragam Kue Kering: -semprit -bangkit -bawang -roico -Kering marmer -choco chip -abon -dan lain lain	40-90.000/Paket
12	Dodol	230.000/paket

Sumber: Observasi peneliti, 2022

Saat ini penelitian lebih memfokuskan pada satu jenis kue saja yakni kue Bolu Kemojo, hal ini dikarenakan bolu kemojo peminatnya lebih banyak dibandingkan yang lain. Gerai kue ini terletak di jalan jl Ahmad Yani RT 1, RW 4. Berikut ini merupakan tabel data jumlah konsumen per order dan jumlah orderan.

**Tabel1.2: Jumlah Order Usaha Dagag Bolu Kemojo Gerai Aurel Mandiri Tahun 2022**

Bulan	Jumlah	Pendapatan
Januari	246	2.460.000
Februari	495	4.950.000
Maret	192	1.920.000
April	333	3.330.000
Mei	453	4.530.000

Juni	345	3.450.000
Juli	290	2.900.000
Agustus	314	3.140.000
September	456	4.560.000
Oktober	354	3.540.000
November	287	2.870.000
Desember	564	5.640.000
Total	3982	39.820.000

Sumber: Observasi Peneliti 202

Dari tabel di atas dapat kita lihat penjualan bolu kemojo pada gerai Aurel Mandiri mengalami fluktuasi setiap bulannya. Dengan pesanan tertinggi berada di angka 562 di bulan desember dikarenakan banyaknya pesanan saat acara pesta dan lain sebagainya. Dan pesanan terendah berada di angka 192 pada bulan maret. Dapat dilihat dengan beragamnya karakter masyarakat sekitar kelurahan muara lembu juga tidak dapat dipungkiri bahwa kualitas dari sebuah produk diberikan oleh gerai Aurel Mandiri tentunya menjadi faktor utama yang dicari oleh para konsumen demi memenuhi harapan mereka ataupun kepuasan konsumen itu sendiri. Yang menjadi nilai plus dalam usaha aurel mandiri ini bahwa mereka yang terlibat didalamnya selain rasanya yang enak mereka juga menggunakan bahan alami dan tentunya sehat, misalnya membuat rasa manis pada kue menggunakan gula dan tidak menggunakan pemanis buatan. Tentu saja bahan dalam membuat bolu kemojo tidak hanya menggunakan gula pasir saja ada juga telur, santan kental, tepung terigu, tepung beras, garam, vanilla, pandan dan durian.

Saat ini pelaku usaha hanya menyajikan 2 varian saja yaitu pandan dan durian karena varian tersebut sering dipesan dibandingkan rasa lain, dulu sempat menyediakan rasa lain yakni jagung dan original. Selain itu kue yang sudah disajikan masih dalam keadaan hangat karena mereka menerima pesanan dahulu baru besoknya dibuat dan saat telah

matang baru menghubungi pembeli, ketika membuat pesanan mereka sengaja buat lebih lalu dijual lagi melalui media social misalnya di whats up dan facebook dengan menggunakan akun pribadi saja. Mungkin ini bisa menjadi nilai negatifnya bagi pembeli karena mereka harus menunggu dalam sehari dulu, tapi kue bolu kemojo lebih enak disajikan dalam keadaan panas dan dapat mengurangi kerugian bagi penjual jika kue hanya tidak habis dalam sehari mengingat bolu kemojo hanya dapat bertahan selama 2 hari saja.

Dan apabila produk maupun jasa yang mereka rasakan dapat memenuhi kepuasan konsumen, tentunya mereka akan kembali memakai produk atau jasa yang diberikan perusahaan tersebut. Namun begitu juga sebaliknya apabila mereka merasa tidak puas atas produk ataupun jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut, para konsumen akan kecewa dan cenderung tidak ingin membeli kembali produk/jasa tersebut. Produk dikemas dalam bentuk kemasan yang kurang menarik dikarenakan pelaku usaha tidak mencatumkan label apapun di kemasan, hanya real kemasan saja tanpa adanya tulisan untuk mengenal lebih dekat produk yang dijual.

Jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian itu akan terjadi apabila perusahaan memperkenalkan produknya dengan baik, dan memberikan kualitas produk yang baik kepada konsumen bahkan membuat konsumen lebih loyal hal ini dilakukan untuk memperoleh laba dan target penjualan. Mengingat sangat pentingnya pengaruh kualitas produk dan promosi dalam mempengaruhi keputusan pembelian dalam membeli suatu produk maka penulis tertarik melakukan suatu penelitian dengan judul. "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bolu Kemojo Pada Gerai Aurel Mandiri di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi".

Dari uraian diatas dapat disimpulkan beberapa fenomena yang terjadi dalam permasalahan tersebut yakni:

1. Bolu kemojo hanya memiliki 2 varian rasa saja yaitu rasa pandan dan durian hal ini terjadi karena pembeli lebih banyak memesan rasa tersebut dibandingkan rasa lain yang dulu sempat disajikan.
2. Bolu kemojo hanya mampu bertahan selama 2 hari saja.
3. Pada penyajian dari kue bolu kemojo ini kemasannya masih standar dan kurang menarik tanpa adanya tulisan nama produk, label halal, bolu tersebut terbuat dari bahan apa saja, dan lain sebagainya untuk mengenal lebih dekat produk yang dijual.
4. Dilihat dari jumlah penjualan kue bolu kemojo pada gerai Aurel Mandiri yang mengalami fluktuasi (keadaan naik turun).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan kualitas produk bolu kemojo pada gerai Aurel Mandiri di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi.
2. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan Keputusan Pembelian bolu kemojo pada gerai Aurel Mandiri di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi.
3. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kualitas produk bolu kemojo pada gerai Aurel Mandiri di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi.

## **Kerangka Teori**

### **Administrasi Bisnis**

Menurut Siagian (2010) menyatakan bahwa dalam administrasi bisnis adalah keseluruhan kegiatan-kegiatan yang dimulai dari produksi barang atau jasa hingga sampainya barang atau jasa tersebut ditangan konsumen.

### **Organisasi**

Siagian (2020:3) mendefinisikan organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja bersama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang terdapat seorang/beberapa orang yang disebut atasan dan seseorang/sekelompok orang yang disebut bawahan. Kerjasama yang dilakukan dimaksudkan untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam melakukan kerjasama tersebut beberapa orang disebut sebagai atasan dan beberapa lainnya merupakan bawahan.

### **Manajemen**

Menurut Stoner dalam Handoko (2017:8) Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Sederhananya mengelola, mengkoordinasi dalam kegiatan bisnis, itu pengertian dari manajemen bisnis.

### **Kualitas Produk**

Menurut Shahrudin, Mansor, dan Elias dalam Juliana, Noval, & Susanto (2019) kualitas makanan adalah kunci yang sangat penting yang selalu dicari pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan mereka terhadap restoran yang konsumen pilih.

Yang digunakan untuk mengukur kualitas produk pada makanan (food quality) terdapat empat dimensi, yang antara lain adalah freshness (kesegaran),

presentation (tampilan), taste (rasa), dan innovative food (inovasi makanan).

### **Perilaku Konsumen**

Menurut Sheth and Mittal dalam Tjibtono & Diana (2019:5) perilaku konsumen merupakan aktifitas mental dan fisik yang dilakukan oleh pelanggan rumah tangga (konsumen akhir) dan pelanggan bisnis yang menghasilkan keputusan untuk membayar, membeli, dan menggunakan produk dan jasa tertentu.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Tjibtono dan Diana (2016:60) Keputusan pembelian adalah tahap pra-pembelian yang mencakup semua aktivitas konsumen - konsumen sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian produk, dalam Thoby & Wahyono (2021).

Menurut Tjibtono dan Diana (2019:51-97) tahap-tahap keputusan pembelian produk dan jasa terdiri dari Identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan konsumsi, serta evaluasi purnabeli.

### **Metode Penelitian**

Menurut Arikunto (2019:3) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Untuk pendekatan kuantitatif dijelaskan oleh Sugiyono (2019:16) bahwa pendekatan dengan menggunakan kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Dalam penulisan ini peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut sugiyono (2019) bila jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran, yang mana penentuan sampel sebagai berikut:

$$z^2pq \quad (1,96)^2 (0,5) (0,5)$$

$$n = \frac{z^2pq}{e^2} = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,05)^2} = 384,16$$

= Bulatkan 385

Menurut arikunto dalam Ibrahim mengatakan bahwa apabila subjeknya besar dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Jadi karena jumlah sampel yang tertera sangat besar bagi peneliti yakni sebanyak 385 maka peneliti hanya mengambil 30% saja.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan incidental sampling atau sampling kebetulan, pengambilan sampel secara kebetulan ditemukan untuk menentukan jumlah sampling.

Analisis data pada metode kuantitatif yaitu metode yang menunjukkan kepada riset dalam bentuk rumus-rumus. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam membeli kue bolu kemojo di kelurahan muara lembu, kecamatan singingi, kabupaten kuantan singingi. Uji instrument penelitian terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji validitas biasanya digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu koefisien. Uji validitas dihitung dengan mengumpamakan nilai r hitung (correlated item – total correlation) dengan nilai r tabel. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka pertanyaan itu dinyatakan valid (Ghozali, 2005;45).  $df = n - 2$ . Sedangkan Uji reliabilitas yaitu uji yang dipakai untuk mengukur suatu koefisien yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha > 0,70 (Ghozali, 2005;46). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 25 tahun 2019.

Menurut sugiyono (2013:261) menyatakan bahwa "Analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel

dependen".Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Yang mana :

Y = Keputusan Pembelian, a = Konstanta, b = Koefisien regresi, dan X = Kualitas Produk.

Uji t (Uji parsial) merupakan sebuah teknik pengujian hipotesis rata-rata, uji t dapat dilaksanakan / dilangsungkan atas dua rata-rata atau dua sampel dalam pengamatan. Signifikan koefisien parsial ini memiliki distribusi t dengan derajat kebebasan n-k-1, dan signifikan pada  $\alpha = 0,05$ . Setelah nilai  $\alpha$  ditentukan maka kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut (Hasan,2001:169):

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  H0 ditolak dan H1 diterima, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

2. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , H0 diterima dan H1 ditolak, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Koefisien determinasi yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi, koefisien ini disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependent dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independent. Menurut Sugiyono dalam Sunny dan Dewi (2020) Koefisien korelasi merupakan angka hubungan kuatnya antara dua variabel atau lebih. Menurut sugiyono (2008), analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini memiliki fungsi untuk menemukan seberapa besarnya presentase antara variable bebas dan terikat.

## Hasil

**Tabel 3.1: Distribusi tanggapan responden tentang variabel kualitas produk.**

	Kriteria penilaian	
--	--------------------	--

No	Indikator	SB	B	CB	KB	TB	Jumlah
<b>a. Kesegaran (Freshness)</b>							
1.	Suhu	17	71	28	0	0	116
2.	Ketahanan	21	77	18	0	0	116
3.	Aroma	27	84	5	0	0	116
<b>b. Penampilan (presentation)</b>							
1	Warna	13	77	25	1	0	116
2	Kemasan	19	69	27	1	0	116
<b>c. Rasa (taste)</b>							
1.	Enak	27	88	1	0	0	116
2.	selera konsumen	28	82	6	0	0	116
3.	Tekstur	26	85	4	0	0	116
<b>d. Inovasi makanan (innovation food)</b>							
1.	Varian rasa	26	75	15	0	0	116
2.	Bentuk produk	35	72	9	0	0	116
Jumlah		239	780	138	2	0	928
Rata-rata		24	78	14	0,2	0	116
Persentase		21%	67%	12%	0%	0%	100%
Penilaian		Baik					

Sumber: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas produk pada penelitian ini secara keseluruhan berada pada kategori baik atau sebesar 67%. Dimana tanggapan baik yang diberikan responden dikarenakan bolu kemojo memiliki kesegaran (freshness) dari suhu yang disajikan dalam keadaan hangat dan ketahanan pada bolu kemojo mampu bertahan selama 2 hari. Kemudian adanya tampilan (presentation) berupa warna bolu kemojo apakah disajikan dalam keadaan gosong serta penyajian didalam kemasan yang masih sederhana. Selanjutnya adanya rasa (taste) berupa rasa yang enak dan sesuai selera. Terakhir adanya inovasi makanan (innovative food) yang berupa varian rasa dan bentuk produk.

Dengan demikian jelaslah bahwa variabel kualitas produk yang dimiliki bolu kemojo pada gerai Aurel Mandiri di

Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini dikarenakan dari beberapa unsur yang diteliti semuanya telah terpenuhi, sehingga mendukung para konsumen dalam mengambil keputusan saat melakukan pembelian.

**Tabel3.2: Distribusi Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian.**

No	Pertanyaan	Kriteria Jawaban					Jumlah
		S B	B	C B	KB	T B	
<b>a. Identifikasi Kebutuhan</b>							
1	Kebutuhan	31	75	10	0	0	116
2	Keinginan	25	75	12	0	0	116
<b>b. Pencarian Informasi</b>							
1	Sosial media	17	70	28	1	0	116
2	Pengaruh orang terdekat	16	77	22	1	0	116
<b>c. Evaluasi Alternative</b>							
1	Mengevaluasi	14	77	25	0	0	116
2	Alternatif pilihan	21	84	11	0	0	116
<b>d. Pembelian dan Konsumsi</b>							
1	ikatan emosional	25	81	10	0	0	116
2	layanan ramah	22	83	11	0	0	116
<b>e. Evaluasi Purnabeli</b>							
1	Puas	27	82	7	0	0	116
2	Pembelian berulang	25	84	7	0	0	116
Jumlah		223	792	143	2	0	1160
Rata-rata		22	79,2	14,3	0,2	0	116
Persentase		19%	68%	12%	1%	0%	100%
Penilaian		Baik					

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa variabel keputusan pembelian pada penelitian ini secara keseluruhan berada pada kategori baik atau sebesar 68%.

Berbagai faktor yang mendukung konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dari tanggapan responden ini dilakukan dari beberapa tahap diantaranya identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan konsumsi serta evaluasi purnabeli.

Dimana tanggapan baik yang diberikan responden dikarenakan sebelum membeli bolu kemojo mereka mengidentifikasi kebutuhan terlebih dahulu, kemudian mencari informasi melalui media social ataupun dari masukan orang lain, mengevaluasi alternatif dengan cara membandingkan dengan produk sejenis di Kelurahan Muara Lembu lalu didapatkanlah alternatif pilihan mereka. Kemudian para konsumen membeli dan mengkonsumsi karena meyakini produk tersebut berkualitas dan layanan dari karyawan yang teramat ramah, dan terakhir setelah membeli konsumen akan melalui tahap evaluasi purnabeli yang mana apakah konsumen merasa puas dan akan membelinya secara berulang-ulang.

Dengan demikian jelaslah bahwa variabel keputusan pembelian yang dimiliki bolu kemojo pada gerai Aurel Mandiri di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini dikarenakan dari beberapa unsur yang diteliti semuanya telah terpenuhi, sehingga mendukung para konsumen dalam mengambil keputusan saat melakukan pembelian produk bolu kemojo.

### Uji Validitas

Pengujian validitas penelitian ini menggunakan metode analisis correlation dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 25. Dengan pernyataan jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% dan nilai positif maka item tersebut menunjukkan sebagai item yang valid. Melihat tabel distribusi r sebagai ukuran validitas data



penelitian yang sudah ditetapkan, dalam penelitian ini menggunakan rumus  $df = N-2$  dimana N adalah jumlah sampel, maka didapatkan nilai  $df = 116-2 = 114$ . Pada  $df = 114$  didapatkan  $r_{tabel}$  sebesar 0,1824.

### Uji Reabilitas

Tabel 3.3 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.796	10

Sumber: Data olahan peneliti,2022

Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	10

Sumber : Data olahan peneliti,2022

Hasil pengukuran mempunyai nilai Cronbach Alpha > 0,70 yang terlihat pada tabel 3.3 dan 3.4. Hasil pengukuran tersebut menunjukkan bahwa semua sub indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk dan keputusan pembelian dalam penelitian ini dapat dikatakan reliable.

### Persamaan Regresi Linier Sederhana

Tabel 3.5 tabel persamaan regresi sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients	Standard Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	11,400	2,316		4,923	.000

Kualitas Produk	.72	.057	.765	12,678	.000
-----------------	-----	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data olahan peneliti, 2022

Bahwa nilai dalam kolom B baris pertama menunjukkan konstanta ( $\alpha$ ) dan baris kedua menunjukkan variabel independen. Dari hasil tabel diatas dapat disusun kedalam persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 11,400 + 0,722X$$

Hasil ini dapat diuraikan bahwa terdapat persamaan sebagai berikut:

1. Konstanta ( $\alpha$ ) = 11,400 artinya tanpa variabel lainnya keputusan pembelian terbentuk dengan sendirinya sebesar 11,400 poin

2. Koefisien regresi X ( $b$ ) = 0,722 artinya dengan variabel kualitas produk meningkat sebesar 1 poin akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,722

### Koefisien Determinasi

Tabel 3.6 Koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.765 <sup>a</sup>	.585	2,078	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber : Data olahan peneliti,2022

Pada tabel tersebut diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,765 atau 76,5% bertanda positif. Informasi ini menunjukkan signifikansi atau keeratan hubungan yang kuat antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian bolu kemojo pada gerai Aurel Mandiri.

Dari hasil tersebut diperoleh koefisien determinasi R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,581 berarti tinggi rendahnya keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh adanya kualitas produk yang mempengaruhi sebesar 58,1%. Hasil ini menunjukkan maka dengan kualitas produk yang baik, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 58,1% setiap ada perubahan pada perlakuan citra merek yang semakin baik maka memberi dampak keputusan pembelian konsumen pada bolu kemojo di Gerai Aurel Mandiri.

### Uji t (Uji parsial)

Pada tabel 3.5 yang sudah dipaparkan, memperlihatkan  $t_{hitung}$  untuk kualitas produk sebesar 12,678 dan  $t_{tabel}$  11,400 dengan probabilitas sig 0,000 (< dari  $\alpha$  0,05), berarti terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian bolu kemojo yang dilakukan oleh konsumen dengan sebelumnya mempertimbangkan berbagai hal. Jadinya H<sub>1</sub> diterima sedangkan H<sub>0</sub> ditolak. Oleh Karena itu supaya keputusan pembeli semakin meningkat, maka pemilik usaha Aurel Mandiri terutama pada bolu kemojo dapat meningkatkan dan menjaga kualitas produk yang berkelanjutan sehingga mampu meningkatkan penjualan bolu kemojo yang semakin tinggi. Selain itu ada juga faktor-faktor lain yang turut serta mempengaruhi keputusan pembelian selain dari kualitas produk seperti bauran promosi, harga, lokasi, inovasi produk, penyajian makanan, dan lain sebagainya.

### Kesimpulan

a) Sesuai data yang diperoleh peneliti, bahwa kualitas produk bolu kemojo pada Gerai Aurel Mandiri di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi dikategorikan dengan pernyataan "Baik". Data tersebut diperoleh dari hasil koesioner kepada konsumen, mereka

menyatakan bahwa indikator-indikator kualitas produk yang meliputi kesegaran (freshness) yang terdapat pada suhu, ketahanan, dan aroma makanan. Di indikator penampilan (presentation) yang menjadi faktor pendukungnya yakni warna dan penyajian makanan bolu kemojo. Selanjutnya di indikator rasa (taste) yang menjadi faktor pendukungnya adalah rasa yang enak, sesuai selera, serta tekstur yang lembut. Dan yang terakhir adalah indikator inovasi makanan (innovative food) faktor pendukungnya antara lain varian rasa dan bentuk.

b) Sesuai data yang diperoleh peneliti, bahwa keputusan yang diperoleh pada konsumen bolu kemojo pada Gerai Aurel Mandiri di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi dikategorikan dengan pernyataan "Baik". Data tersebut diperoleh dari hasil koesioner yang dilakukan oleh konsumen, selain produk yang dijual sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen, mudah mendapatkan informasi melalui media social ataupun orang-orang terdekat, setelah mendapatkan informasi kemudian konsumen membandingkan dengan produk sejenis lalu menetapkan bolu kemojo sebagai alternative pilihan. Setelah evaluasi alternatif konsumen lalu melakukan pembelian dan konsumsi sesuai ikatan emosional yang meyakini produk tersebut berkualitas serta layanan dari karyawan yang ramah. Setelah membeli dan mengkonsumsi produk tersebut kemudian konsumen akan melakukan evaluasi purnabeli yang meliputi kepuasan pelanggan dan pembelian berulang-ulang.

c) Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk bolu kemojo pada Gerai Aurel Mandiri di Kelurahan Muara Lembu Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi. Maka dapat diartikan bahwa

hipotesis diterima. Hasil tersebut diperoleh dari pengelolaan data dengan menggunakan uji t. karena pada dasarnya kualitas produk bolu kemojo di Gerai Aurel Mandiri memang sudah tidak diragukan lagi terutama pada cita rasanya yang dari awal berdiri hingga sekarang masih enak, sesuai selera konsumen, serta terkturnya yang lembut.

### Daftar Pustaka

Alma Buchari. 2018, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi, Bandung:Alfabeta

Arikunto, Suharsimi. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Dharmesta & Irawan, 2007. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi kedua, Yogyakarta: liberty.

Handoko, T. H. (2017). Manajemen Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.

Kamaluddin, A. (2017). Administrasi Bisnis. Makassar: CV Sah Media.

Kotler, Philip dan Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip and Garry Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Siagian, Sondang P, (2020). Filsafat Administrasi Edisi Revisi. Jakarta : PT Bumi Aksara

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet.

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta

Swastha, B., & Irawan. (2008). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Tjibtono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran Edisi Keempat. Yogyakarta : Andi

Tjipjono, Fandi dan Anastasia Diana. 2019. Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, & Strategi. Yogyakarta : Andi

Umar, Husein. (2005). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Yamit, Zulian. 2010, Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta, Penerbit Ekonisia.

Zulkifli, Azam Awang, A., Arief Rifa, i., Emrizal, Suryani, L., Andry, H., et al. (2013). Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Kertas Kerja Mahasiswa Edisi Revisi 2013. Pekanbaru: Badan Penerbit Fisipol UIR.

### Jurnal:

Dinawan, M. R. (Desember 2020). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Volume IX, No.3, 339.

Geofanny, E. (Mei 2020). Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kopi. Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH. Volume 7, Nomor 2,, 442.

Habibah, U., & Sumiati. (Maret 2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap keputusan pembelian produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. Jurnal Ekonomi & Bisnis, 35.

Juliana, Noval, T., & Susanto, R. (Juni 2019). Analisis Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Perceived Value Sebagai Prediktor Customer Satisfaction Pada Rumah Makan Ampera Bandung. Jurnal Ilmiah Maksitek Vol. 4, No. 2.

Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (January 2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. AJIE - Asian Journal of

- Innovation and Entrepreneurship, Vol. 04, Issue. 01, 44.
- Lestaria, W. S., & Yusuf, A. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen* Volume 5 Nomor 2 , 94-101.
- Magdalena, M., & Winardi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti CV. Rima Bakery Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, Vo. 04, No. 01. 55-70
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Kota Pagar Alam. *Jurnal akativa : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2 (3), 33.
- Oktavenia, K. A., & Ardani, I. G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E - Jurnal Manajemen Unud*, vol.8, No. 3,, 1378.
- S., M. F., & Japariato, E. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN* Vol. 1, No. 1,, 1-6.
- Simaharuk, P. (2019). Pengaruh Promosi, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus : Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Pada Masyarakat Kecamatan Medan Tembung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19 (1), 82
- Wianti, w. Wangsit, S. & Ira, K.P. (2019) Pengaruh Beand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Gramedia Asri Media Cabang Cinere Mall Depok. *Jurnal STEI Ekonomi* Vol. 28, No. 02, 280-307
- Yafie, A. S., Suharyono, & Abdillah, Y. (Juni 2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 35, No. 2, 11-19