

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STEAK DI
PLANET STEAK KAWATAN SURAKARTA**

JURNAL SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Manajemen



Nama : Yosep Eric Agustian

NIM : 2021515091

Prodi : S1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)

UNIVERSITAS DHARMA ADI UNGGUL BHIRAWA (UNDHA-AUB)

SURAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL SKRIPSI

Nama : Yosep Eric Agustian

NIM : 2021515091

Jurusan/Progdi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta

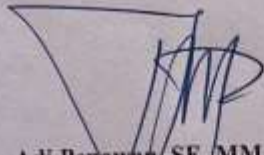
Nama Pembimbing : Adi Penawan, SE, MM

Surakarta, Januari 2025

Ketua Progdi S1 Manajemen


Denny Mahendra, SE, MM
NIDN.0606077904

Pembimbing


Adi Penawan, SE, MM
NIDN.0617047603

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STEAK DI PLANET STEAK KAWATAN SURAKARTA

Yosep Eric Agustian

Program Studi: S1 Manajemen

Universitas Dharma AUB Surakarta

Email: ericagustianyosep@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui secara empiris Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 Konsumen Planet Steak Kawatan Kota Surakarta yang menjadi sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan salah satu metodenya yaitu metode *accidental sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari pengujian instrument yang terdiri dari Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik, Analisis regresi linier berganda, Uji t, Uji F, dan Uji R^2 (Koefisien Determinasi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas dan reliabilitas terhadap seluruh item pernyataan yang diajukan terbukti valid dan reliable. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa penelitian ini terdistribusi secara normal, tidak terjadi multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan autokorelasi pada model regresi. Hasil uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualias Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian atau Konsumen Planet Steak Kawatan Kota Surakarta.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE ON STEAK PURCHASE DECISIONS AT PLANET STEAK KAWATAN SURAKARTA

Yosep Eric Agustian

Program Studi: S1 Manajemen

Universitas Dharma AUB Surakarta

Email: ericagustianyosep@gmail.com

Abstrak

The purpose of this study is to find out empirically the Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Steak Purchase Decisions at Planet Steak Kawatan Surakarta. In this study, data was collected through a questionnaire to 100 consumers of Planet Steak Wire in Surakarta City who were the research sample. The sampling technique used in this study is non-probability sampling with one of the methods being the accidental sampling method. The analysis technique in this study consists of instrument testing consisting of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t-test, F test, and R2 test (Coefficient of Determination).

The results of the study show that the validity and reliability test of all proposed statement items is proven to be valid and reliable. The results of the classical assumption test showed that this study was normally distributed, no multicollinearity, no heteroscedasticity, and autocorrelation in the regression model. The results of the t-test showed that Product Quality, Service Quality, and Price had a positive and significant effect on the Purchase Decision or Consumer of Planet Steak Wire in Surakarta City.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Price and Purchase Decision*

PENDAHULUAN

Steak merupakan jenis makanan yang terbuat dari daging sebagai bahan utamanya. Biasanya, steak dibuat menggunakan daging sapi, baik yang berasal dari dalam negeri maupun impor. Selain itu, steak juga dapat dibuat menggunakan jenis daging lain seperti ayam atau ikan. Ciri khas steak terletak pada cara pembuatannya, yaitu dipanggang di atas bara api, meskipun ada juga steak yang dilapisi tepung dan digoreng dengan minyak panas. Steak termasuk makanan cukup populer dikelasnya dengan bahan daging lokal yang harga relatif lebih terjangkau maka bisa menghasilkan keuntungan yang dipandang menjanjikan.

Peluang keuntungan dari penjualan steak yang telah dijelaskan di atas menginspirasi pemilik Planet Steak Kawatan Surakarta untuk memulai usaha steak pertama kalinya pada tahun 2001, latar belakang munculnya usaha ini karena pemilik dulu bekerja di warung steak, lalu dengan skill yang sudah dimiliki dan modal hasil tabungan selama bekerja, pemilik Planet Steak Kawatan Surakarta memberanikan diri untuk membuka usaha ini. Planet Steak Kawatan Surakarta memiliki karakteristik tersendiri yang membedakan dengan pesaing lainnya yaitu pada pemilihan kualitas daging yang dipakai untuk pembuatan steak, memakai daging sapi dan ayam yang segar disetiap harinya, Planet Steak sendiri memilih untuk belanja sesuai kebutuhan jika kurang nanti bisa melakukan pembelian daging kembali dikarenakan sudah bekerja sama dengan distributor daging yang terpercaya. Penggunaan daging pilihan ini membuat rasa steak lebih segar dan gurih, ditambah dengan saus racikan khusus dari Planet Steak Kawatan menjadi kesan rasa tersendiri bagi konsumen. Saat ini Planet Steak Kawatan Sudah memiliki 1 cabang yang berada di Jl. Sekar Jagat Ngengen, Kelurahan Banaran, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo.

Semenjak Awal Planet Steak berdiri pada tahun 2001 sampai dengan sekarang, Planet Steak semakin banyak dikenal masyarakat dengan warung steak emperan dengan kualitas rasa yang tidak kalah dengan pesaing lainnya, dengan harga yang relatif terjangkau akhirnya banyak yang menjadi konsumen, semakin kesini pendapatan mulai meningkat dan banyak pembeli yang puas akan rasa steak, hal ini menjadi semangat bagi pemilik untuk mengembangkan usaha ini.

Untuk menjaga konsumen tetap puas dan melakukan transaksi pembelian kembali dikemudian hari, maka diperlukan adanya keputusan pembelian. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sangadji (2016) Keputusan pembelian oleh konsumen adalah suatu keputusan seseorang ketika memilih salah satu dari beberapa alternative pilihan yang ada. Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian antara sikap dan pengetahuan yang dilakukan oleh konsumen untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif pilihan dan memilih salah satu diantaranya. Oleh karena itu, untuk memenuhi kepuasan dan keinginan konsumen maka harus adanya pemilihan produk mana yang akan mereka beli, jadi keputusan pembelian timbul karena adanya beberapa opsi atau pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka mengenai suatu produk atau jasa.

Keputusan pembelian diambil berdasarkan beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Menurut Kotler & Amstrong (2001) kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan yang menawarkan produk dengan kualitas terbaik yang akan tumbuh dengan cepat dan dalam jangka panjang akan lebih sukses. Kualitas produk sendiri mempengaruhi konsumen untuk memenuhi selera dan harapan terhadap keputusan pembelian. Setiap steak yang akan disajikan memakai daging segar dan cara penyajian kuahnya selalu dalam keadaan masih panas, beda dengan steak lainnya yang pada umumnya kuahnya sudah dingin. Namun demikian, dari segi kemasan untuk dibawa pulang masih menggunakan mika plastik biasa belum ada label merek dan tidak ada alat makan. Sedangkan pesaing lainnya sudah menggunakan kemasan plastik yang tidak mudah hancur serta sudah ada alat makan dan label merek pada kemasan. Maka dari itu perlu adanya tindakan pemilik untuk perbaikan dari segi pengemasan produk, agar ketika produk dibawa pulang tetap terjaga kualitas dan kehangatan steak. Seperti hasil penelitian yang relevan oleh Susana Maharani (2019), dan Yuli Master Hutagalung, Handoyo Djoko Waluyo (2020) yang memperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian, Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Sudarso (2016) kualitas pelayanan

berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Kepuasan pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Fenomena kualitas pelayanan yang terjadi pada Planet Steak Kawatan Surakarta yaitu tingkat kecepatan dalam penyajian, apabila konsumen memerlukan bantuan mengenai penambahan pesanan atau terkait kendala lainnya, karyawan sigap untuk merespon konsumen. Karyawan di Planet Steak tergolong ramah dan sopan bisa dilihat di beberapa konten makanan Surakarta, mereka sangat antusias jika diajak membuat suatu konten makanan di Planet Steak Kawatan Surakarta. Sesuai hasil penelitian yang relevan dari Yulina Astuti, Faisal Hamdani, Muhammad Zulkarnain (2021), dan Aby Manyu, Siti Saroh, Daris Zunaidah (2022) yang memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga juga merupakan hal yang penting dalam menentukan minat dan keputusan pembelian. Menurut Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa strategi penentuan harga (pricing) sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Oleh karena itu dengan adanya penetapan harga untuk mengukur kualitas produk agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan adanya kesesuaian harga yang terjangkau yaitu Rp. 17.000,- sehingga dengan harga tersebut dirasa cukup terjangkau untuk semua kalangan dengan kualitas yang maksimal. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang relevan yang dilakukan oleh Murnilawati, Hairudinor, M Nor Rasyidi (2019) dan Samuel Felix Budiarto, Yudhiet Fajar Dewantara (2024) yang memperoleh hasil bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari teori penelitian sebelumnya dan kondisi saat ini tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga di atas dapat dilihat bahwa hasil dari penelitian yang dilakukan berbeda dari peneliti sebelumnya, maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. untuk memungkinkan fenomena, pendapat para ahli, dan kesenjangan penelitian yang akan datang dipelajari. Penulis tertarik untuk mempelajari masalah ini dalam makalah dengan judul berikut “PENGARUH

KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STEAK DI PLANET STEAK KAWATAN SURAKARTA”.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta?
- c. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta?

Tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta.
- b. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta.
- c. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta.

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam pengembangan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan pembelian dan keuntungan yang tinggi.

- b. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini, diantara lain sebagai berikut:

- 1) Bagi UKM

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi atau bahan masukan tambahan bagi UKM Planet Steak Kawatan Surakarta.

- 2) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu baru dan pemahaman pemasaran mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data yang diukur dengan skala angka, yang mencakup jumlah populasi, jumlah sampel, hasil kuesioner menggunakan skala Likert, serta hasil pengolahan statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Suryani dan Hendryadi (2015) populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang belum diketahui pasti jumlahnya dari konsumen Planet Steak Kawatan Surakarta. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui karena tidak ada data pasti jumlah konsumen Planet Steak Kawatan Surakarta. Maka akan dilakukan penyebaran kuesioner selama 5 hari mulai tanggal 18 November sampai 22 November 2024 untuk mendapatkan responden Planet Steak Kawatan Surakarta. Hasil responden selama lima hari tersebut akan dipergunakan untuk pengambilan sampel.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk penelitian. Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara kebetulan. Artinya, siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan ditemui pada saat penelitian maka anggota populasi tersebut dijadikan sebagai sampel. Sampel yang digunakan untuk penelitian yaitu sebanyak 100 responden yang diambil dari penyebaran kuesioner selama 5 hari dari responden Planet Steak Kawatan Surakarta.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Harga (X_3), sementara variabel dependen yang diteliti adalah Keputusan Pembelian (Y) di Planet Steak Kawatan Surakarta.

Teknik Analisi Data

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis ini. Analisis data ini dioperasikan melalui program SPSS, terdapat beberapa uji dalam analisis data ini, yaitu: Uji Instrumen (Uji validitas dan Uji reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji normalitas, Uji multikolineritas, Uji heteroskedastisitas, Uji autokorelasi), Uji t , Uji f dan Uji koefisien determinasi (R^2)

HASIL PENELITIAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
Y_1	0,547	0,1966	Valid
Y_2	0,289	0,1966	Valid
Y_3	0,315	0,1966	Valid
Y_4	0,562	0,1966	Valid
Y_5	0,485	0,1966	Valid

Tabel hasil uji variabel keputusan pembelian

Tabel hasil uji variabel kualitas produk

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
X ₁ _1	0,451	0,1966	Valid
X ₁ _2	0,444	0,1966	Valid
X ₁ _3	0,422	0,1966	Valid
X ₁ _4	0,397	0,1966	Valid
X ₁ _5	0,412	0,1966	Valid
X ₁ _6	0,367	0,1966	Valid

Tabel hasil uji variabel kualitas pelayanan

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
X ₂ _1	0,375	0,1966	Valid
X ₂ _2	0,536	0,1966	Valid
X ₂ _3	0,404	0,1966	Valid
X ₂ _4	0,566	0,1966	Valid
X ₂ _5	0,559	0,1966	Valid

Tabel hasil uji variabel harga

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
X ₃ _1	0,437	0,1966	Valid
X ₃ _2	0,478	0,1966	Valid
X ₃ _3	0,460	0,1966	Valid
X ₃ _4	0,350	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan-pernyataan pada setiap variabel independent dan variabel dependen (kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian) yaitu valid, karena $r_{item} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,06, maka pernyataan dianggap reliabel. Sebaliknya, jika nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,06, maka penelitian tersebut dianggap tidak reliabel.

Tabel hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Hasil
Keputusan Pembelian (Y)	0,680	<i>Cronbach Alpha > 0,60 maka reliabel</i>	<i>Reliabel</i>
Kualitas Produk (X ₁)	0,685		<i>Reliabel</i>
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,724		<i>Reliabel</i>
Harga (X ₃)	0,648		<i>Reliabel</i>

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa keempat variabel, yaitu kualitas produk (X₁), kualitas pelayanan (X₂), harga (X₃), dan keputusan pembelian (Y), masing-masing memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,55124826
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,078
	Negative	-,052
Kolmogorov-Smirnov Z		,781
Asymp. Sig. (2-tailed)		,575

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Hasil uji normalitas diatas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai sebesar 0,781 dengan tingkat signifikansi 0,575, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian, memiliki distribusi data yang normal.

b. Uji Multikolineritas

Tabel Hasil Uji Multikolineritas

Model	Collinearity Statistics
-------	-------------------------

	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,616	1,624
Kualitas Pelayanan	0,642	1,558
Harga	0,746	1,341

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak mengalami masalah multikolineritas, karena nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1,981	,388		,185
	Kualitas Produk	,001	,341	,004	,973
	Kualitas Pelayanan	-,002	,344	-,005	,942
	Harga	,007	,354	,015	,902

a. Dependent Variable: Absorb

Berdasarkan hasil pengolahan yang tertera pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas, karena distribusi setiap variabel memiliki nilai p lebih dari 0,05. Adapun nilai p untuk variabel kualitas produk adalah 0,973, variabel kualitas pelayanan 0,967, dan variabel harga 0,902.

d. Uji Autokorelasi

Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,718 ^a	,516	,501	1,575	1,991

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

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,991. Karena nilai 1,991 berada di antara -2 hingga +2, hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,305	1,341		1,718	,090	
	Kualitas Produk	,298	,085	,431	3,475	,000	1,624
	Kualitas Pelayanan	-,003	,087	-,005	-,259	,800	1,558
	Harga	,174	,083	,236	2,126	,036	1,341

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang ditampilkan pada gambar di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 6,350 + 0,299X_1 + 0,193X_2 + 0,174X_3 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut, dapat ditarik interpretasi sebagai berikut:

- 1) $\alpha = 6,350$, yang berarti jika kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga tetap konstan, maka keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta akan dipengaruhi secara positif.
- 2) $\beta_1 = 0,299$, yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Jika kualitas produk ditingkatkan, maka keputusan pembelian akan meningkat, dengan asumsi bahwa kualitas pelayanan dan harga tetap.
- 3) $\beta_2 = 0,193$, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan, keputusan pembelian akan meningkat, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
- 4) $\beta_3 = 0,174$, yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Jika harga dinaikkan, maka keputusan pembelian juga akan meningkat, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.

b. Uji t

Tabel Hasil Uji t

Variabel	B	Sig	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,299	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0,193	0,005	Signifikan
Harga	0,174	0,036	Signifikan

Berdasarkan hasil uji t yang terdapat pada tabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, yang lebih kecil dari 0.05, sehingga variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, hipotesis 1 diterima.
2. Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.005, yang juga lebih kecil dari 0.05, sehingga variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, hipotesis 2 diterima.
3. Harga (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.036, yang lebih kecil dari 0.05, sehingga

variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, hipotesis 3 diterima.

c. Uji f

Tabel Hasil Uji f

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	254,128	3	84,710	34,136
	Residual	238,231	96	2,482	
	Total	492,360	99		

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

Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 34,136 dengan nilai signifikansi 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama, variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,718 ^a	,516	,501	1,575	1,991

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

Hasil uji Adjusted R Square menunjukkan nilai sebesar 0,501, yang berarti bahwa keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga sebesar 50,1%. Sementara itu, sisanya sebesar 49,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti kepercayaan, kepuasan pelanggan, citra merek, dan sebagainya.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya apabila kualitas produk ditingkatkan maka akan semakin tinggi keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dari Susana Maharani (2019), dan Yuli Master Hutagalung, Handoyo Djoko Waluyo (2020) yang memperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan semakin tinggi keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dari Yulina Astuti, Faisal Hamdani, Muhammad Zulkarnain (2021), dan Aby Manyu, Siti Saroh, Daris Zunaidah (2022) yang memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga terbukti positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya apabila harga ditingkatkan maka akan semakin tinggi keputusan pembelian Steak di Planet Steak Kawatan Surakarta. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dari Murnilawati, Hairudinor, M Nor Rasyidi (2019) dan Samuel Felix Budiarto, Yudhiet Fajar Dewantara (2024) yang memperoleh hasil bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Planet Steak Kawatan Surakarta. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
 - a. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Planet Steak Kawatan Surakarta.
 - b. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Planet Steak Kawatan Surakarta.
 - c. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Planet Steak Kawatan Surakarta.
2. Hasil uji t
 - a. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Planet Steak Kawatan Surakarta.

- b. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Planet Steak Kawatan Surakarta.
 - c. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Planet Steak Kawatan Surakarta.
3. Uji F menunjukkan bahwa hasil uji secara simultan diketahui sebesar 34,136 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Planet Steak Kawatan Surakarta.
4. Hasil Uji Determinasi menunjukkan hasil sebesar 0.501 yang dapat diartikan bahwa keputusan pembelian Planet Steak Kawatan Surakarta mampu dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga sebesar 50,1% sedangkan sisanya 48,1% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini misalnya promosi, citra merek, lokasi dan lain-lain.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, penulis memberikan saran kepada Planet Steak Kawatan Surakarta dalam meningkatkan keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

1. Dari segi kualitas produk yang diberikan oleh Planet Steak Kawatan Surakarta:
 - a. Mempertahankan baik dari segi kualitas produk dalam pengemasan makanan yang dibawa pulang, sehingga produk dari Planet Steak Kawatan Surakarta bisa diterima dan disenangi konsumen.
 - b. Meningkatkan Kerapihan dan menambah variasi berbagai produk steak untuk bisa menyesuaikan keinginan konsumen, sehingga produk dari Planet Steak Kawatan Surakarta bisa diterima dan disenangi konsumen.
2. Dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Planet Steak Kawatan Surakarta:
 - a. Meningkatkan baik dari segi pelayanan, keramah tamahan maupun kesopanan pegawai.
 - b. Membuka layanan *on line* dan *off line* untuk pelayanan dalam berkonsultasi produk, sehingga pembuatan produk yang sesuai dengan pesanan.
 - c. Selalu Menyelesaikan orderan sesuai waktu yang disepakati untuk menjaga

- kepercayaan pelanggan agar tetap menggunakan produk Planet Steak Kawatan Surakarta, sehingga konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikan kepada teman ataupun saudaranya untuk menggunakan produk dari Planet Steak Kawatan Surakarta.
3. Dari segi harga yang diberikan oleh Planet Steak Kawatan Surakarta:
 - a. Perusahaan dapat menawarkan berbagai opsi harga, seperti diskon musiman, paket bundling, yang memberikan nilai lebih bagi konsumen.
 - b. Penetapan harga yang fleksibel akan membantu perusahaan menjangkau segmen pasar yang lebih luas tanpa mengorbankan kualitas produk.
 4. Keputusan pembelian akan mengalami peningkatan apabila saran dan rekomendasi yang diberikan dapat diterapkan oleh Planet Steak Kawatan Surakarta. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian konsumen, beberapa keuntungan dapat diperoleh oleh Planet Steak Kawatan Surakarta, sesuai dengan sikap yang dominan yang mempengaruhi persepsi keputusan pembelian. Hal ini tercermin dalam butir angket Y_4, yang menyatakan: Produk Planet Steak Kawatan Surakarta membuat saya yakin untuk membeli steak.
 5. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian, hendaknya dapat mengembangkan model/kerangka pikir penelitian atau menguji kembali model konseptual penelitian ini, dengan harapan agar diperoleh penguatan atas temuan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Y. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada rumah makan ayam penyet cabe ijo kota langsa. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 5(1).
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175-183.
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 209-215.
- Maharani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 2(1).
- Manyu, A., Saroh, S., & Zunaidah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian KFC (Studi Kasus pada Konsumen KFC Malang di Masa PPKM). *JIAGABI : Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 11(1), 253–262. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/14998#>
- Murnilawati, & Hairudinor. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan “Andina” Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provinsi Kalimantan Tengah. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 8(1), 1–9.
- SOFIYAH, S. (2021). *Pengaruh Tempat, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Senewen Time Resto SURABAYA* (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardanah, I. D., Budiarto, S. F., & Dewantara, Y. F. (2024). Pengaruh Store Atmosphere dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Golden Leaf Restaurant Kelapa Gading. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1229-1247.

