MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 12 Tahun 2026

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE' INTISARI KOPI JEUNIEB

**Arieful Mukmin[1], Khairul Aswadi[2], Ella Rahmayanti[3]**
[1 2 3]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Kebangsaan Indonesia

Email: ariefulmukmin@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Cafe' Intisari Kopi Jeunieb, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 98 responden yang merupakan pelanggan Cafe' Intisari Kopi Jeunieb. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien korelasi dan determinasi dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t hitung sebesar 3,093 dan signifikansi 0,003. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai t hitung sebesar 4,972 dan signifikansi 0,000, serta menjadi variabel yang paling dominan. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 106,214 dan signifikansi 0,000. Nilai R sebesar 0,842 dan R Square sebesar 0,709 menunjukkan hubungan yang sangat kuat serta kemampuan kedua variabel menjelaskan 70,9% variasi keputusan pembelian.

***Kata Kunci**: Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.*

**Article History**
Received: November 2026
Reviewed: November 2026
Published: November 2026

Plagirism checker no 80
**Copyright : author**
**Publish by : musytari**

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

## 1. PENDAHULUAN

Keputusan pembelian merupakan faktor penting bagi keberlangsungan usaha, terutama pada bisnis kuliner seperti cafe. Keputusan konsumen untuk membeli dipengaruhi oleh sejumlah pertimbangan, antara lain harga, kualitas produk, suasana, serta pelayanan yang diterima. Bagi Cafe' Intisari Kopi Jeunieb, keputusan pembelian berkaitan dengan kemampuan usaha mempertahankan pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Harga menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Konsumen cenderung membandingkan biaya yang dikeluarkan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. Harga yang dianggap terjangkau, sesuai kualitas, dan kompetitif dapat meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membeli. Sebaliknya, harga yang dianggap tidak sebanding dengan manfaat dapat mendorong konsumen memilih cafe lain.

Selain harga, kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Kecepatan penyajian, ketepatan pesanan, keramahan karyawan, dan kenyamanan fasilitas dapat memengaruhi penilaian konsumen terhadap suatu cafe. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan dipandang sebagai faktor yang berpotensi mendorong keputusan pembelian di Cafe' Intisari Kopi Jeunieb.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan

pembelian, dan (3) pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Cafe' Intisari Kopi Jeunieb.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Objek penelitian adalah pelanggan Cafe' Intisari Kopi Jeunieb. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 98 responden. Variabel independen terdiri atas harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Data dianalisis menggunakan bantuan SPSS melalui analisis regresi linear berganda, uji t untuk menguji pengaruh parsial, uji F untuk menguji pengaruh simultan, serta analisis koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian adalah:

$$Y = 3{,}215 + 0{,}365X_1 + 0{,}542X_2 + e$$

Keterangan: Y = keputusan pembelian; $X_1$ = harga; $X_2$ = kualitas pelayanan; e = error.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis menghasilkan konstanta sebesar 3,215, koefisien regresi harga sebesar 0,365, dan koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,542. Kedua koefisien bernilai positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan penilaian terhadap harga dan kualitas pelayanan diikuti peningkatan keputusan pembelian, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

| Variabel | Koefisien B | t hitung | Signifikansi |
|---|---|---|---|
| Konstanta | 3,215 | — | — |
| Harga ($X_1$) | 0,365 | 3,093 | 0,003 |
| Kualitas Pelayanan ($X_2$) | 0,542 | 4,972 | 0,000 |

### Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji parsial menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai t hitung sebesar 3,093 lebih besar daripada t tabel 1,987, dengan signifikansi 0,003 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa harga yang dinilai sesuai, terjangkau, dan kompetitif dapat mendorong keputusan pembelian pelanggan Cafe' Intisari Kopi Jeunieb.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,972 yang lebih besar daripada t tabel 1,987 serta signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hipotesis kedua diterima. Nilai t hitung dan koefisien

regresi yang lebih tinggi dibandingkan variabel harga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel paling dominan. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, serta didukung fasilitas yang bersih dan nyaman dapat memperkuat keputusan pembelian.

**Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan secara Simultan**

Uji simultan menghasilkan nilai F hitung sebesar 106,214 dengan signifikansi 0,000, sehingga harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,842 menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Nilai R Square sebesar 0,709 berarti kedua variabel menjelaskan 70,9% variasi keputusan pembelian, sedangkan 29,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

| R | R Square | Kontribusi variabel lain | F hitung | Sig. F |
|---|---|---|---|---|
| 0,842 | 0,709 (70,9%) | 29,1% | 106,214 | 0,000 |

## 4. KESIMPULAN

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe' Intisari Kopi Jeunieb (t hitung 3,093; signifikansi 0,003). Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (t hitung 4,972; signifikansi 0,000) dan menjadi variabel paling dominan. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (F hitung 106,214; signifikansi 0,000). Nilai R Square sebesar 0,709 menunjukkan bahwa kedua variabel menjelaskan 70,9% variasi keputusan pembelian.

## 5. IMPLIKASI DAN SARAN

Pengelola Cafe' Intisari Kopi Jeunieb disarankan mempertahankan kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk. Selain itu, pengelola perlu terus meningkatkan kecepatan dan ketepatan penyajian, keramahan karyawan, kenyamanan tempat, serta ketanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. Karena kualitas pelayanan menjadi variabel paling dominan, peningkatan konsistensi pelayanan perlu menjadi perhatian utama. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, lokasi, promosi, suasana cafe, dan kepuasan pelanggan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Islam Kebangsaan Indonesia, dosen pembimbing, pengelola Cafe' Intisari Kopi Jeunieb, serta seluruh responden yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Firmansyah, A. (2019). Pemasaran produk dan merek: Planning and strategy. Qiara Media.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Lupiyoadi, R. (2020). Manajemen pemasaran jasa. Salemba Empat.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2015). Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations. Free Press.

Pratama, R., & Widodo, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kafe dan restoran. Jurnal Manajemen Pemasaran, 13(2), 85–96.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). Management (13th ed.). Pearson Education.

Sari, D. P., & Hartono, B. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha cafe shop. Jurnal Ilmu Manajemen, 8(1), 45–56.

Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2017). Strategi pemasaran (4th ed.). Andi.